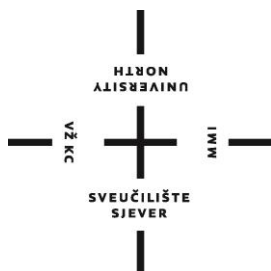


SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



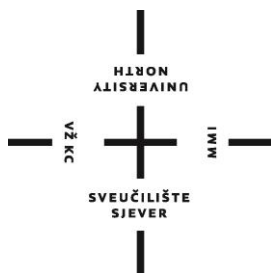
DIPLOMSKI RAD 30/OJ/2016

KOMUNIKACIJSKO MANIPULIRANJE

Ivan Srša

Varaždin, ožujak 2016.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD 30/OJ/2016

KOMUNIKACIJSKO MANIPULIRANJE

Student:

Ivan Srša, mat.br. 0182/336D

Mentor:

prof. dr. sc. Ljubica Bakić-Tomić

Varaždin, ožujak 2016.

Prijava teme diplomskoga rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BR 01 30/OJ/2016

(upisuje studentska referat)

IME I PREZIME STUDENTA Ivan Srša

MATIČNI BROJ 0182/336D

NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA Komunikacijsko Manipuliranje

KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA Persuazija i interpersonalna komunikacija

MENTOR prof. dr. sc. Ljubica Bakić-Tomić

SUMENTOR

U VARAŽDINU, DANA 14. 1. 2016.

POTPIS MENJORA

Ljubica Bakić-Tomić

POTPIS STUDENTA

POTPIS SUMENTORA

Srša

Zahvala

Zahvaljujem se svojoj mentorici prof. dr. sc. Ljubici Bakić – Tomić na korisnim sugestijama i pomoći tijekom izrade ovog diplomskog rada.

Također se zahvaljujem svim profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su svoje vrijeme i znanje podijelili sa mnom zadnjih nekoliko godina.

Posebno se zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima na podršci i strpljenju tijekom studiranja.

Sadržaj

SAŽETAK.....	1
SUMMARY	2
1. Uvod.....	3
1.1. Sadržaj i struktura rada	4
1.2. Predmet i ciljevi rada	4
2. Komunikacija među ljudima.....	6
2.1. Pojam, vrste i definicija komunikacije	6
2.2. Proces komunikacije	7
2.2.1. Sudionici u komunikaciji.....	8
2.2.2. Poruka	8
2.3. Komunikacija s obzirom na kanal	9
2.3.1. Oblici komunikacije	10
2.3.2. Usmena komunikacija	10
2.3.3. Pisana komunikacija	10
2.3.4. Neverbalna komunikacija.....	11
2.4. Strategija komuniciranja	12
2.4.1. Strategija komunikatora	12
2.4.2. Strategija publike.....	13
2.4.3. Strategije poruke	14
2.4.4. Strategija kanala	14
3. Razine komunikacije.....	15
3.1. Interpersonalna komunikacija.....	15
3.2. Intrapersonalna komunikacija.....	16
3.3. Grupna komunikacija.....	16
3.4. Masovna komunikacija.....	17
4. Od utjecaja do manipulacije	18
4.1. Manipulacija	20
4.1.1. Iskrenost i manipulacija.....	21
4.1.2. Interpersonalna manipulacija	21
4.1.3. Medijska manipulacija.....	23
4.2. Manipulator.....	24
4.3. Tehnike manipuliranja	26

5. Javni govor i javni nastup	31
5.1. Sastavljanje i pisanje govora	33
5.2. Govornik	34
5.3. Slušatelj.....	36
6. Primjer 1. – Adolf Hitler.....	38
6.1. Tehnike manipuliranja	39
6.2. Javni govor.....	41
7. Primjer 2. - Martin Luther King, Jr.....	43
7.1. Javni govor i tehnike uvjeravanja – I Have A Dream	44
8. Istraživanje o komunikacijskom manipuliranju	49
8.1. Ciljevi istraživanja	49
8.2. Istraživačka pitanja	50
8.3. Hipoteze istraživanja	50
8.4. Područje istraživanja.....	51
8.5. Matrica.....	51
8.6. Varijable istraživanja	51
8.7. Ograničenja, uzorak i vrijeme.....	52
8.8. Očekivana primjenjivost rezultata	52
9. Analiza rezultata istraživanja	53
9.1. Demografski podaci i stavovi ispitanika o manipulaciji.....	53
9.2. Komunikacija kao sredstvo manipuliranja i medijska komunikacijska manipulacija	55
9.3. Interpersonalna komunikacijska manipulacija	57
9.4. Javni govor i manipulacija.....	62
10. Analiza hipoteza	68
11. ZAKLJUČAK.....	70
12. POPIS LITERATURE.....	72
13. ANKETNI UPITNIK	75

SAŽETAK

Komunikacija je važan faktor ljudskog života jer nam svima omogućava međusobno sporazumijevanje. Komuniciramo sa svijetom oko sebe u kojeg ubrajamo nama bliske osobe, ali i ne toliko bliske ljude. Iz toga razloga se u komuniciranju javlja manipulacija koja može narušiti međuljudske odnose do te mjere da nekada dobri prijatelji postanu stranci, da obitelj postane nepoznanica ili da ljubavni partneri postanu samo gorka uspomena u našim životima. Stoga, uvijek moramo paziti na koji način komuniciramo s ljudima oko sebe i koliko smo iskreni u toj komunikaciji. U ovom kratkom vijeku našeg postojanja cilj bi nam trebala biti ljubav, poštovanje i iskrenost u svakom odnosu s obzirom da svaki taj odnos (koliko god on bio kratak) donosi nam još jedno životno iskustvo i mudrost.

Cilj provedenog istraživanja bio je utvrditi koliko smo svjesni kada se nama manipulira, bilo putem medija ili u neposrednoj komunikaciji licem u lice, ali i kada mi sami manipuliramo osobama u našoj okolini. Također je cilj bio potaknuti svakog ispitanika na razmišljanje o iskrenosti prilikom komuniciranja, ali i navesti ih da sagledaju, kroz povijest, tko su to bili vrsni manipulatori i javni govornici.

U istraživanju je korišten anketni upitnik pomoću alata Forms na servisu Google Drive kojim je realiziran uzorak od 100 ispitanika koji su odgovorili na 34 pitanja iz anketnog upitnika. Analizom istraživanja dolazimo do zaključka da se komunikacijsko manipuliranje može prepoznati kod drugih osoba, da se i mi sami ponekad koristimo manipulacijom (ili barem tehnikama uvjeravanja) kako bismo pokušali druge navesti na specifično ponašanje, da se mediji koriste manipulacijom kako bi vršili utjecaj na nas, te da su kroz povijest postojale osobe koje su bili vrsni manipulatori i javni govornici koji su svoje komunikacijske vještine koristili za dobrobit drugih, ali i za svoje egoistične ambicije.

Ključne riječi: komunikacija, manipulacija, komunikacijska manipulacija, manipulator, mediji, javni govor, manipulacija u javnom govoru.

SUMARRY

Human communication is an important factor in our lives, because it lets us understand each other. We communicate with the world around us in which we include our loved ones, those close to us and those that are not so close to us. Because of this reason, in each communicational process there is a slim chance of manipulation which can undermine relationships to the extent that once good friends become strangers, that family becomes a mystery or that a romantic partner becomes a bitter memory in our lives. Therefore, we must always pay attention to how we communicate with people around us and how much we are sincere in this communication because in this short time of our existence, the goal of life should be love, respect and honesty in every relationship because each one of them (however short they might be) brings us another life experience and wisdom.

The objectives of the study were about how much we are aware when we're manipulated, either through the media or in direct communication face to face, or when we ourselves manipulate people around us. The aim was to encourage each participant to think about honesty when they're communicating, but also to lead them to look through history and think about who were skilled manipulators and public speakers.

For the study we used a questionnaire tool Forms in Google Drive, and we received a total of 100 completed questionnaires containing 34 questions. The analysis of the study shows us that we can identify when others try to manipulate us, that we ourselves sometimes use manipulation (or at least some sort of persuasion techniques) to evoke a specific behavior in others, that today's media uses manipulation in order to exert influence on us and that there were people throughout history that were skilled manipulators and public speakers who used their communication skills for the benefit of others, but also for their own egoistic ambitions.

Key words: *communication, manipulation, communication manipulation, the manipulator, the media, public speaking, manipulation of the public discourse.*

1. UVOD

Kroz čitavu povijest ljudskog roda postojale su tehnike kojima su se ljudi koristili kako bi se međusobno sporazumijevali. Prije samog glasa ili krika, ljudi su pokazivali prstima, mahali rukama, pokušavali su sve kako bi se njihova poruka prenijela do druge osobe i kako bi bila shvaćena. Tako je evolucijom i dugim nizom godina došlo do glasanja, krikova te u današnje vrijeme, do razvijenog jezika koji nam omogućava komuniciranje s drugim osobama oko nas. Komunikacija stoga jest proces razmjene informacija preko dogovorenog sistema znakova koji je nastao kroz povijest, te se razvija i danas. Činjenica je da je većina ljudi na ovom svijetu sposobna komunicirati, no jesmo li svjesni kolika moć leži u komunikaciji i na koji način ona može prouzročiti dobro kao i štetu? Ovdje govorimo o manipulaciji kao komunikacijskoj vještini, ali govorimo i o uvjeravanju kao komunikacijskoj vještini koja se može koristiti i u dobre svrhe prilikom komuniciranja s drugom osobom.

Od najranije dobi postoje osobe koje žele utjecati na naše ponašanje, na naše stavove i na naš razvitak kao ljudskog bića u ovom društvu u kojem živimo, ali isto tako moramo shvatiti da se svi ponekad koristimo manipuliranjem i uvjeravanjem. Prve osobe koje žele utjecati na nas su naši roditelji čije manipuliranje i uvjeravanje čini dio našeg odgoja jer većina roditelja želi svoju djecu zaštititi, ali im isto tako želi prenijeti svoje znanje i životno iskustvo. Također, kako koračamo kroz život dolazimo u dodir s ljudima koji tu sposobnost manipuliranja koriste ili pokušavaju koristiti protiv nas. To su osobe koje manipuliraju u vlastitu korist i s time se moramo pomiriti jer oni postoje i uvijek će postojati. Odraslu osobu teže je podvrgnuti manipulaciji jer s godinama i životnim iskustvom, svako ljudsko biće može naučiti i naučit će prepoznati manipulaciju, neovisno o tome nalazila se ona u interpersonalnoj komunikaciji ili je sakrivena u medijskim porukama.

1.1. Sadržaj i struktura rada

Ovaj diplomski rad strukturiran je u četiri cjeline.

Prva cjelina sadrži teoretski dio koji se odnosi na komunikaciju, komunikologiju kao znanost o komunikaciji, oblicima komunikacije i njenim vrstama, procesu komuniciranja, komuniciranju s obzirom na kanal, te razinama komuniciranja.

Druga cjelina sadrži teoretski dio vezan uz pojam manipulatora i manipulacije. Detaljno se objašnjava pojam manipulatora i tehnike manipuliranja, manipulacija u interpersonalnoj komunikaciji, manipulacija u intrapersonalnoj komunikaciji, iskrenost i manipulacija, te medijska manipulacija.

Treća se cjelina odnosi na javni govor i manipulaciju. Detaljnije je objašnjen teoretski dio javnog govora i javnog nastupa u koji se ubrajaju: sastavljanje javnog govora, što govornik mora znati prilikom pripremanja javnog govora, te što govornik mora znati o svojim slušateljima. Dodatak ovoj cjelini je prikaz dviju povijesnih ličnosti koje su bile vrsni manipulatori i govornici. Kao primjer se spominju Adolf Hitler i Martin Luther King, Jr. čiji su javni govori detaljnije analizirani kako bi se došlo do spoznaje na koji su način uspijevali manipulirati i uvjeravati svoje slušatelje, te ih pridobiti na svoju stranu.

Četvrta cjelina odnosi se na provedeno istraživanje u sklopu ovog diplomskog rada, istraživanje metodom ankete koja je provedena u razdoblju od 1. ožujka do 10. ožujka 2016. godine na prigodnom uzorku od 100 ispitanika.

1.2. Predmet i ciljevi rada

Komunikacijsko manipuliranje nosi sa sobom loš prizvuk kao pojam i na većinu ljudi djeluje kao nešto negativno i štetno. U jednom komunikacijskom procesu između dvoje ili više ljudi može uvijek doći do pokušaja manipuliranja jedne ili druge strane. Iz tog razloga će se u ovom diplomskom radu objašnjavati komunikacijsko manipuliranje, tehnike komunikacijskog manipuliranja, načini na koji možemo prepoznati manipulativne osobe, te će biti prikazana detaljnija analiza istaknutih povijesnih ličnosti koje su se koristile manipuliranjem i tehnikama manipuliranja u komunikaciji toliko dobro da su svojim djelima utjecale na cijeli svijet. Njihovi govori analiziraju se i danas, sagledavaju se sve činjenice njihovih života jer odluke koje su donijeli mijenjale su tijek povijesti i pretvorile ju u ono što danas poznajemo i učimo od malih nogu.

Cilj ovog rada je dati odgovore na sljedeća pitanja:

1. Postoji li razlika između manipulacije i uvjeravanja?
2. Možemo li prepoznati kada sa nama netko pokušava manipulirati?
3. Kada manipuliramo drugim osobama i zašto to činimo?
4. Tko su manipulatori po mišljenu ispitanika? Jesu li to ljudi koji su naučili vještine manipuliranja, jesu li to urođene vještine ili ipak kombinacija naučenih i urođenih vještina?
5. Jesmo li svjesni da današnji mediji pokušavaju nama manipulirati?
6. Postoje li osobe iz povijesti (koje su utjecale na samu povijest) koje su bile vrsni manipulatori ili osobe koje su se dobro koristile vještinama manipuliranja i uvjeravanja?

U skladu s navedenom svrhom i ciljevima istraživanja diplomskog rada, postavljene su sljedeće hipoteze:

1. **Hipoteza** - Mišljenje ispitanika je da ne postoji razlika u manipulaciji i uvjeravanju jer manipulaciju poistovjećuju s uvjeravanjem.
2. **Hipoteza** - Ispitanici shvaćaju da se manipulacija može prepoznati jer većina ispitanika je u životu već doživjela pokušaj manipulacije ili zna i sama manipulirati drugima.
3. **Hipoteza** - Ispitanici smatraju da drugima manipuliramo kada ih želimo motivirati na specifično ponašanje ili usvajanje određenog stava. Činimo to kako iz vlastite koristi tako ponekad i za dobrobit druge osobe.
4. **Hipoteza** - Ispitanici smatraju da su manipulatori zlonamjerne osobe koje ne biraju sredstva kako bi došli do svog cilja, te im komunikacijsko manipuliranje predstavlja koristan alat u svom naumu.
5. **Hipoteza** - Ispitanici su svjesni da današnji mediji nama pokušavaju manipulirati i da na neki način i nama manipuliraju.
6. **Hipoteza** - Većina ispitanika smatra da su postojale osobe kroz povijest koje su bile vrsni manipulatori

2. Komunikacija među ljudima

2.1. Pojam, vrste i definicija komunikacije

Današnja komunikacija potječe od niza prilagodbi ljudskog roda na okolinu oko sebe. Kako se mijenjao svijet oko nas, ljudski rod se prilagođavao. Tako se dogodilo i sa ljudskom komunikacijom. Od pokušaja glasanja krikovima, počecima neverbalne komunikacije pa sve do stvaranja jezika i pisma, trebalo je mnogo godina, desetljeća, stoljeća. Stoga, komunikacija koju poznajemo danas nastala je najviše iz potrebe da se dvoje ili više ljudi mogu sporazumjeti, dogovoriti pa čak i stvoriti konfliktnu situaciju, no isto tako da tu situaciju mogu riješiti ne nasilnim putem. Važno je spomenuti da se iz usmene komunikacije u određenom vremenu razvila pismena komunikacija koja se može odvijati na velik broj načina:

- Komunikacija pismom (najstariji oblik)
- Komunikacija elektronskom poštom (E-mail, nastao 1993. godine)
- Poruka u stvarnom vremenu (instant messaging,)

Sama riječ komunikacija dolazi od dviju latinskih riječi, a to su *comunis* i *communicare*. *Comunis* u prijevodu znači zajednički, a *communicare* znači učiniti nešto općim, odnosno uopćiti.

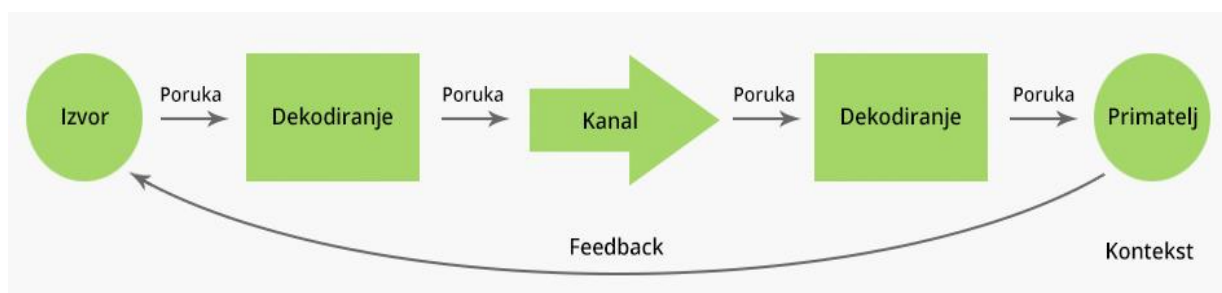
Stoga, kako bismo uspjeli doista definirati komunikaciju? Već smo u prijašnjem poglavlju dali nekoliko definicija koje možemo proširiti stoga bismo mogli reći da komunikacija predstavlja vezu između dvije ili više osoba. Komunikacija prenosi ideje, poruke, mišljenja i stavove od jedne osobe do druge u užoj ili široj okolini. U tom procesu sugovornici se obogaćuju jer se misli razmjenjuju. Naravno, komuniciramo iz raznih razloga kao što su zabava ili prijateljstvo, ali i da bi dobili neke podatke i informacije koje su nam važne.

U poslovnom svijetu je pravodobna informacija ključna za svaki uspjeh stoga nam je komunikacija ovdje ključan faktor kako bismo došli do uspjeha ili profita. Dobra komunikacija znači jasno izražavanje namjera u poruci koju šaljemo, a znati se izražavati je u današnje vrijeme najvažnija značajka koja pokazuje jesmo li dobar komunikator ili ne. Pošto je ona toliko važna, kako u privatnom tako i u poslovnom svijetu, trebali bismo svoje komunikacijske vještine razvijati, te puno više svog vremena uložiti kako bismo naučili kvalitetnije komunicirati.

Iz svega ovoga možemo zaključiti da je komunikacija proces razmjena informacija preko dogovorenog sistema znakova, a ona se dijeli na verbalnu, prije već spomenutu, neverbalnu komunikaciju i pisanu komunikaciju. Komunikacija je sredstvo pomoću kojega dvije ili više osoba razmjenjuju informacije i međusobno utječu na svoja mišljenja i ponašanje, te se međudjelovanjem obogaćuju tokom razmjene misli i ideja.

2.2. Proces komunikacije

Komunikacija je neprekidni kontinuirani proces u kojem nema pravog početka ni kraja. Za proces komunikacije možemo reći da je modelom strukturiran sudionicima u procesu koji odašilju poruku, što zovemo kodiranje poruke, porukom u komunikacijskom kanalu, sudionicima koji primaju poruku - dekodiranjem poruke ili interpretacijom, te povratnom vezom (eng. feedback) koja zatvara komunikacijski proces (Lamza-Maronić i drugi, 2008, Rouse i Rouse, 2005).



Slika 1: Proces komunikacije od izvora do primatelja

(Izvor: <http://www.tba.ba/komunikacijski.php>)

Komunikacijski proces podložan je brojnim utjecajima kao što su psihološka strana svakog sudionika prilikom komuniciranja i raznim utjecajima iz okoline koji često ometaju prijenos poruke, te time ometaju nesmetano odvijanje komunikacijskog procesa. Kada govorimo o psihološkom stanju sudionika prilikom komuniciranja mislimo na stavove, ponašanje, odgoj, obrazovni status, društveni položaj sugovornika, usmeno izražavanje itd (Lamza-Maronić i drugi, 2008, Rouse i Rouse, 2005).

2.2.1. Sudionici u komunikaciji

„Za svadu su potrebna dva!“ Ovo je izjava koja nam ukazuje da je čak i za svadu potrebno dvoje ljudi stoga je jasno da su za bilo koju vrstu komunikacije potrebna barem dva sudionika (osim ako je riječ o intrapersonalnoj komunikaciji) koje dijelimo na pošiljatelja i primatelja poruke. Pošiljatelj je osoba koju ostalim sugovornicima šalje svoju zamisao, ideju, argument, vijest i informaciju uobličenu u odgovarajuću poruku i čeka odgovor koji je spona za daljnji tijek komunikacije odnosno spona na osnovi koje će se temeljiti njegova sljedeća poruka. Poruka koju šaljemo trebala bi biti točno ono što želimo prenijeti kako ne bi došlo do nesporazuma u komunikacijskom procesu.

Sam uspjeh komunikacijskog događaja izravno ovisi o primatelju poruke kroz način shvaćanja, pravilnu interpretaciju i razumijevanje poruke, te ispravni uzvratni odgovor kojim će se uspješno nastaviti tijek komunikacijskog procesa (Lamza-Maronić i drugi, 2008).

2.2.2. Poruka

Poruka u najopćenitijem smislu je predmet komunikacije koji služi za pružanje informacija. Njeno značenje ovisi o kontekstu u kojem se koristi, a pojam se može primijeniti i na informaciju te i na oblik komunikacije. U komunikacijskom procesu ona zauzima značajno mjesto jer poruka može biti:

- misao
- ideja
- osjećaj
- stav
- uvjerenje
- argument i sl.

Poruka se razmjenjuje među sugovornicima usmeno, kontaktno, pismeno i elektronski, te ona mora biti kratka, jezgrovita, jasna i razumljiva kako bi ju sugovornik razumio i shvatio što mu se pokušava reći te kako bi ju u skladu s svojom osobnošću, razumom, emocionalnim stanjem, mogućnostima, znanjem i cjelokupnim stavovima ispravno interpretirao, razumio i na nju odgovorio (Lamza-Maronić i drugi, 2008).

2.3. Komunikacija s obzirom na kanal

Poruke u komunikacijskom prenosu se kroz komunikacijske kanale. „Kanal je određena tehnologija ili metoda pomoću koje se poruka prenosi do primatelja.“ (Rouse i drugi, 2005, str. 43)

Glavni komunikacijski kanali su:

- pismo,
- e-mail,
- razgovor licem u lice,
- telefon,
- faks,
- novine,
- brošura,
- film,
- video,
- radio,
- televizija,
- web stranica i
- plakat.

Nerijetko se događa da se poruke krivo interpretiraju zbog smetnji iz okoline koje zovemo šum u komunikaciji. „Šum je sve što prekida ili iskrivljava poruku.“ (Rouse i Rouse, 2005, str. 45) Kako bismo uklonili šumove u komunikaciji, možemo se koristiti različitim kodovima i kanalima. Tako možemo kodirati poruku kombinacijom slika, riječi i zvukova (web stranice) i prenositi preko nekoliko kanala kao što su razgovor licem u licem, telefonom i pismom kako bismo otklonili šum u komunikaciji. (Rouse i Rouse, 2005).

2.3.1. Oblici komunikacije

Svaki oblik komunikacije koristi razne oblike kodova i može biti izložen različitim kanalima komuniciranja. Komunikaciju dijelimo na ove oblike:

- usmena komunikacija
- pisana komunikacija
- neverbalna komunikacija (Rouse i Rouse, 2005)

2.3.2. Usmena komunikacija

Usmena komunikacija je ona komunikacija kod koja se odvija razgovorom, odnosno to je komunikacija u kojoj je riječ glavni kod komunikacije. Kanali kod ovakve vrste komunikacije su najčešće telefon, razgovor licem u lice, video, televizija te internet.

Svaka komunikacija ima svoje prednosti i nedostatke, a usmenoj komunikaciji prednosti su:

- brzo zaprimanje povratne informacije putem razgovora, pitanja i odgovora
- bolje razumijevanje sugovornika
- bolja usredotočenost na simboličku i neverbalnu komunikaciju
- veća količina iznesenih informacija u jedinici vremena (Rouse i Rouse, 2005)

Nedostaci usmene komunikacije:

- ljudi često ne razmišljaju dovoljno o poruci prije nego li ju pošalju
- nerazumijevanje poruke
- podložnost šumovima
- nedostatak vremena za pripremanje poruke
- zanemarivanje dijela poruke
- nervoza zbog govora pred većom skupinom ljudi (Rouse i Rouse, 2005)

2.3.3. Pisana komunikacija

Pisana komunikacija je oblik komunikacije u kojem više razmišljamo nego u usmenoj komunikaciji jer su misli svakog pošiljatelja kodirane u nekom obliku znakova/simbola i ostavljaju trajan zapis stoga moramo imati na umu što pišemo i na koji način ćemo te misli oblikovati kada ih pišemo. (Rouse i Rouse, 2005)

Pisana komunikacija, kao i usmena, ima svoje prednosti i nedostatke.

Prednosti:

- više razmišljanja kod kreiranja poruke
- primatelj poruke ima mnogo više vremena kod interpretacije poruke
- trajan zapis što sprječava zaboravljanje poruke (Rouse i Rouse, 2005)

Nedostaci:

- zbog dužeg razmišljanja i formiranja poruke gubi se više vremena
- sporija povratna informacija
- mogućnost nerazumijevanja pisane poruke zbog nedostatka neverbalne komunikacije (Rouse i Rouse, 2005)

2.3.4. Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija je način kojim ljudi komuniciraju bez riječi, bilo namjerno ili nenamjerno.

Tijekom komunikacije između dvoje ljudi, sugovornik više pozornosti pridodaje neverbalnom djelu komunikacije, a razlog zbog kojeg to čini je jednostavan. Pošto izgovorene riječi mogu biti lažne i cijela usmena komunikacija (a i pisana) može biti lažna, neverbalna komunikacija nikad ne laže jer ona obuhvaća elemente kao što su izraz lica, geste, odjeća i vanjski izgled, razdaljinu među sugovornicima, te ton glasa. Zbog toga je neverbalna komunikacija toliko i važna za jedan kvalitetan komunikacijski proces jer često pokazuje mnogo više od samog razgovora.

Neverbalnu poruku možemo podijeliti u tri komponente:

- verbalnu koja se odnosi na izgovorene riječi (ima najmanji utjecaj, svega 10%)
- zvučnu koja se odnosi na ton kojim su riječi izgovorene (veći utjecaj, 40%)
- izražajnu iz koje možemo iščitati izraz lica ili govor tijela koji prati izgovorenu riječ (ima najveći utjecaj tijekom komunikacijskog procesa, 50%) (Rouse i Rouse, 2005)

Kada su ton glasa ili govor u suprotnosti s izgovorenim riječima, primatelj poruke će u većini slučajeva interpretirati poruku koju su poslali neverbalni znakovi. Ove znakove možemo grupirati u nekoliko kategorija, a to su:

- parajezik – glasovi i pauze u govoru

- izrazi - različiti pokreti lica kao što je podizanje obrve, širenje nosnica, položaj usta, pogled očiju itd
- govor tijela – pokreti tijela ili položaji govore više nego izrazi lica, ali ih je teže čitati.
- pogled - previše izravno ili predugo gledanje sugovornika može stvoriti nelagodu i može se uvrjedljivo shvatiti, posebice ako su sugovornici različitih spolova (Rouse i Rouse, 2005).

2.4. Strategija komuniciranja

Kako bismo postigli bolje rezultate prilikom komuniciranja, potrebno je razviti strategiju komuniciranja jer može nam se dogoditi da pošaljemo određenu poruku pošiljatelju i rezultat nije zadovoljavajući. To se događa jer prilikom pošiljanja poruke pogrešno procijenimo kako će naša publika reagirati ili poruku prenesemo na način koji zbunjuje primatelje poruke. Stoga, dobro razvijena strategija komuniciranja smanjuje broj zapreka koje mogu iskriviti našu poruku, smanjuje broj zapreka u komunikaciji i povećava mogućnost uspjeha bilo kojega komunikacijskog zadatka.

Strategija komuniciranja dijeli se na:

- Strategiju komunikatora
- Strategiju publike
- Strategiju kanala
- Strategiju poruke (Rouse i Rouse, 2005).

2.4.1. Strategija komunikatora

Kada govorimo o strategiji komunikatora proučavamo prvi element u komunikacijskom modelu, a to je pošiljatelj poruke koji smo, u svom komunikacijskom zadatku, i mi sami. Prije nego li započnemo planiranje bilo kakve komunikacije trebamo bismo razmisliti o sljedećem:

- Što želimo poslati?
- Kako ćemo prenijeti poruku?
- Što želimo postići slanjem poruke?
- Koliko smo vjerodostojni u očima ciljanje publike?
- Kako nas primatelj poruke doživljava?

Kod strategije komunikatora važno je naglasiti vjerodostojnost jer naša publika/primatelj/primatelji poruke moraju osjetiti stupanj vjerovanja kada im prenosimo

poruku. Primatelj poruke će procijeniti našu vjerodostojnost na temelju niza suptilnih kriterija, a način na koji on ocijeni te kriterije utjecati će na njegovu reakciju na našu poruku.

Vjerodostojnost određuju sljedeće karakteristike:

- pouzdanost i povjerenje
- čestitost i poštenje
- stručnost i preporuke
- imidž i privlačnost
- status i moć
- zajedničke vrijednosti i uvjerenja (Rouse i Rouse, 2005).

2.4.2. Strategija publike

Kako bismo saznali/procijenili potrebe neke publike i ostvarili svoje ciljeve trebamo ju analizirati i to prije oblikovanja poruke jer ćemo na taj način svoju komunikaciju moći prilagoditi kako bi se ona podudarala sa interesima i očekivanjima naše publike. (Rouse i Rouse, 2005)

To možemo uspjeti pomoću sljedećih pet pitanja:

1. Tko je naša publika? – može biti jedna ili više osoba
2. Što je komunikatoru (u ovom slučaju nama) poznato o publici? – ponekad mi sami biramo svoju publiku, a ponekad nam je ona dana te iz tog razloga svaka analiza publike započinje procjenom njezine veličine i sastava
3. Što publika zna o komunikatoru (nama)? – ono što publika zna o nama ili što joj je već poznato od prije odredit će našu vjerodostojnost iz njene perspektive
4. Što publika zna o temi o kojoj komuniciramo? – u slučaju da publika nije nimalo upućena i nema nikakva saznanja o temi o kojoj komuniciramo, potrebno je izložiti neke osnovne informacije o temi o kojoj komuniciramo na nestručan način
5. Kako će naša poruka biti primljena? (Rouse i Rouse, 2005)

Možemo zaključiti da je poznavanje publike u većini slučajeva ključno za uspostavljanje pravilne komunikacije te da komunikator mora biti upoznat sa raznim ljudskim osobinama sugovornika ili publike kako bi se znao postaviti na pravilan i odgovarajući način. Komunikator mora moći prepoznati razne osobine kod svoje publike kako bi svoju temu na

uspješan način moga približiti publici jer se u suprotnome može dogoditi da nas publika ne prihvati kao vjerodostojnog komunikatora.

2.4.3. Strategije poruke

Svrha poruke je da pruži informaciju, da njome riješimo neki problem ili da njome odgovorimo na određeno pitanje. Kada analiziramo poruku, analiziramo sadržaj koji ovisi o komunikacijskim ciljevima i načinu na koji se sadržajem želi privući publika, stil koji se mijenja ovisno o kontekstu komunikacije te strukturi kojom se na pravilan način naglašavaju ključne ideje poruke.

Pošto poruka može biti formalna ili neformalna, komunikator mora znati koji stil poruke će odabrati kako bi svoju poruku prenio sugovorniku ili publici. Stil neke poruke ovisit će o komunikatorovoj namjeri, no u većini slučajeva komunikator pokušava postići:

- uvjeravanje – potaknuti druge da nešto učine ili da promijene svoje mišljenje o određenoj temi
- informiranje – pružiti informaciju o određenoj temi
- savjetovanje – pružanje savjeta u vezi određenog problema (Rouse i Rouse, 2005).

2.4.4. Strategija kanala

Kanal je sredstvo kojim se poruka prenosi, te u izboru kanala moramo imati na umu vrijeme, trošak i potrebu za zapisom komunikacije. Ako je vrijeme važan faktor potreban je brzi odgovor kojeg možemo postići telefonom ili e-mailom. Telefon i e-mail su ujedno i važan faktor troška. Ako je potreban zapis komunikacije onda se koristi pismo kao kanal. Pri odabiru kanala najvažnije je da je on u skladu s komunikacijskim ciljevima, publikom i porukom koju komunikator želi poslati. (Rouse i Rouse, 2005)

3. Razine komunikacije

Razina komuniciranja ima toliko koliko ima i društvenih razina i svaka komunikacija ovisi o kontekstu komuniciranja. Razine komunikacije stoga mogu biti obiteljske (između članova obitelji), plemenske, emotivne, racionalne itd. U ovom dijelu poglavlja govorit ćemo o četiri razine komunikacije i njihovim glavnim značajkama, a to su:

1. Interpersonalna komunikacija
2. Intrapersonalna komunikacija
3. Grupna komunikacija i
4. Masovna komunikacija (Rouse i Rouse, 2005)

3.1. Interpersonalna komunikacija

Interpersonalno komuniciranje je interakcija i međusobno djelovanje dviju ili više osoba licem u lice uz mogućnost trenutačnog dobivanja povratne informacije. Ovakva komunikacija ovisi o broju sudionika, koliko su oni fizički bliski jedni drugima tijekom komunikacije, koliko kanala je korišteno i je li došlo do povratne veze. Interpersonalnom komunikacijom upoznajemo ljude i svijet oko sebe, predstavljamo se pojedincima, ali također uspostavljamo ili raskidamo međuljudske odnose. Najjednostavnije rečeno, interpersonalnom komunikacijom se ljudi najviše koriste, te je ona najrasprostranjenija vrsta komunikacije. (Rouse i Rouse, 2005)

Postoji sedam značajki po kojima se može prepoznati interpersonalna komunikacija:

1. Uključuje verbalno i neverbalno ponašanje.
2. Uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje.
3. Nije statična već je razvojna.
4. Interpersonalna komunikacija uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i koherentnost.
5. Interpersonalna komunikacija se odvija u skladu s nekim unutarnjim i vanjskim pravilima.
6. Interpersonalna komunikacija je aktivnost.

7. Interpersonalna komunikacija može uključivati uvjeravanje i persuaziju (Reardon, 1998).

Interpersonalna komunikacije može biti verbalna i neverbalna. Sustav verbalne komunikacije je prilično kompleksan jer uključuje unaprijed dogovorene i naučene zvukove koji imaju određeno značenje. Neverbalni dio komunikacije je i dalje dominantniji komunikacijski model jer uključuje komunikaciju bez upotrebe riječi. Govor tijela i lica primjer su tome i iako je za bolje razumijevanje neverbalne komunikacije potrebno poznavanje nekog društva ili kulture, neverbalno komuniciranje nam je svima urođeno.

3.2. Intrapersonalna komunikacija

Intrapersonalna komunikacija je ona vrsta komunikacije koju osoba čini sama sa sobom odnosno to je ona vrsta komunikacije koja sve odvija u nama samima. Ovu vrstu komunikacije koristimo kada razmišljamo o nečemu, kada planiramo nešto nama bitno ili pri donošenju odluka. U intrapersonalnoj komunikaciji osoba je istovremeno pošiljatelj i primatelj informacije ili poruke. (Rouse i Rouse, 2005)

Kao primjer intrapersonalne komunikacije može biti ovaj: zamislimo da smo imali loš dan, pun obaveza i stresa. Najvjerojatnije ćemo nakon nekog vremena početi u sebi razmišljati o tom danu, upustiti ćemo se u duboko razmišljanje i razmatranje činjenica koje su dovele do toga da imamo loš dan i pokušavat ćemo mislima odlutati na neko bolje mjesto kako bismo se bolje osjećali. Ovakvo razmišljanje vodimo u sebi bez obzira na vanjske utjecaje u tom trenutku.

Ovdje moramo naglasiti da intrapersonalna komunikacija najčešće prethodi grupnoj ili masovnoj komunikaciji, ali to se i ne mora dogoditi.

3.3. Grupna komunikacija

Grupna komunikacija odnosi se na proces komuniciranja u okviru jedne ili više grupa ljudi. Grupe možemo podijeliti na običajne, institucionalne i društvene.

1. Običajne grupe su one u kojoj se pripada samim rođenjem, a ne vlastitim odabirom. To su obitelj, etnička i vjerska pripadnost itd.
2. Institucionalne skupine možemo nazvati i državnim grupama ili državnim tijelima koje utječu na nju, a to su vojska i birokracija.

3. Društvene skupine su one u koje se ljudi sami pridružuju iz različitih razloga, a jedan od njih može biti zajedničko mišljenje, zajednički interes, zajednički stav itd. (Rouse i Rouse, 2005)

Neovisno o tome tko čini jednu grupu ili koliko ljudi njoj pripada, komunikacijski proces unutar nje posjeduje niz različitih karakteristika koje nisu prisutne u interpersonalnoj komunikaciji koja podrazumijeva dva sugovornika. U grupnoj komunikaciji važno je uočiti da se gotovo uvijek jedna osoba nametne kao tzv. vođa grupe, o čijim osobinama uvelike ovisi kvaliteta komunikacije unutar nje.

3.4. Masovna komunikacija

Masovna komunikacija podrazumijeva prijenos poruka velikoj skupini ljudi. Prijenos ili emitiranje tih poruka najčešće se odvija putem nekog masovnog medija kao što je to televizija, radio, časopis i Internet i to na jednostavan način jer ovakva vrsta komunikacije podrazumijeva veliki broj sudionika bez obzira na njihovu dob, spol ili profesionalni status.

Glavna funkcija masovne komunikacije jest informiranje šire javnosti, odnosno distribucija informacija najširoj publici. Pojam „Masovna komunikacija“ prvi se puta javlja 1920-ih godina s razvojem nacionalnih mreža, novina i časopisa. (Tomić, Z.: Masovna komunikacija <http://www.zorantomic.net>)

4. Od utjecaja do manipulacije

Da bismo uspjeli od nekoga nešto dobiti što je u našem interesu, nudi nam se mnogo različitih tehnika kojima možemo ostvariti svoj cilj. Jedan od načina je logičkim putem i racionalnim argumentima. To se čini na način da u pokušaju nagovaranja pomiješamo logičke argumente sa osjećajnim elementima. Možemo se koristiti i manipulacijom da osobu dovedemo do toga da promijeni svoje mišljenje, stajalište itd. I na kraju, možemo upotrijebiti nasilna sredstva kao zastrašivanja ili prisiljavanje kako bismo ostvarili svoje interese, no u tom slučaju vidljiva je zlouporaba s naše strane.

Tehnike kojima možemo utjecati na drugu osobu su:

1. Uvjeravanje
2. Nagovaranje
3. Zavođenje
4. Utjecaj
5. Indukcija ponašanja
6. Manipulacija (Hiriyogen, M.F. 2015.)

1. Uvjeravanje

Uvjeravanje zahtijeva mnogo napora, vremena, racionalnih objašnjenja i pozornost sugovornika jer uvjeravanje znači da druga osoba prihvati tuđi način razmišljanja, ali na svjesnoj razini. Ovi su naponi uglavnom i dobro prihvaćeni ako se ne temelje na lažnim argumentima. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

2. Nagovaranje

Nagovarati znači da u sugovorniku izazovemo promjenu volje logičkim argumentima, ali i osjećajima, zavođenjem pa čak i laskanjem. Prilikom nagovaranja onaj koji nagovara nastoji se prilagoditi sugovorniku i prilagođava svoj govor senzibilitetu sugovornika, ali i njegovoj ranjivosti. Nagovaranje je umijeće koje se ne može naučiti iz priručnika jer sadrži veliki dio improvizacije. Neke su osobe jednostavno prirodno nadarene za nagovaranje drugih isto kao što su nadarene za komunikaciju. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

„Učinkovito nagovaranje proizlazi iz istančane ravnoteže između vjerodostojnosti koja se pridaje izvoru govora, tipu iznesenih argumenata i njihovoj emocionalnoj obojenosti.“ (Hiriyogen, M.F. 2015, str. 32)

3. Zavođenje

Riječ zavođenje dolazi od latinske riječi *se ducere* što znači odvojiti ili odvesti na stranu. U današnje vrijeme zavoditi znači osobu opčiniti, oduševiti na način da nam ne može odoljeti, oduševiti, osvojiti vlast nad drugom osobom. Cilj zavođenja može isto tako biti poticanje na divljenje, privlačnost ili ljubav jedne ili više osoba prema sebi (Hiriyogen, M.F. 2015.)

4. Utjecaj

Svi utječemo jedni na druge što ne mora biti negativna pojava u našem svakodnevnom životu već je normalna psihološka pojava koja postoji u svim međuljudskim odnosima stoga utjecaj nije manipulacija. Utjecaj je izvor bogaćenja kroz nova iskustva i sredstvo promjene. Problematično može samo biti kada se utječe na negativan način radi negativnih namjera, te podčinjavanja druge osobe. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

5. Indukcija ponašanja

Odnosi se na istraživanje o sugestiji i sugestibilnosti provedeno od strane poznatog francuskog psihologa i filozofa Pierra Janet-a. On tvrdi da svi ljudi djeluju jedni na druge i da se društveni odnosi sastoje od uzajamnih djelovanja i protudjelovanja, popraćenih dobrovoljnim pristankom ili prihvatanjem. Pristanak nestaje u slučaju sugestije. Sugestija je moguća kada dolazi do psihičke slabosti, stanjem pretjerane rastresenosti ili kada je osoba snažno usmjerena na neku drugu stvar. Tada dolazi do sužavanja polja svijesti kod pojedinca te je sugestija uspješna. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

4.1. Manipulacija

„Na početku svake manipulacije je laž!“ (Marie-France Hiriogén, 2015, str. 35)



Slika 2: Komunikacijsko manipuliranje

(Izvor: <http://www.social-consciousness.com>)

Riječ manipulacija ima dva glavna značenja. Prvi potječe od latinske riječi *manus* što znači ruka te se ovdje značenje te riječi odnosi na rukovanje, baratanje predmetima ili robom i zabilježeno je prvi puta 1826. godine. Drugo značenje riječi manipulacija odnosi se na postupak podčinjavanja pojedinaca, društvenih skupina, javnosti, komunikacijske procedure, komunikacijskih kanala, medija i subjekata određenoj vrsti interesa. To je model ponašanja obilježen pokušajima iskorištavanja međuljudskih odnosa radi zaustavljanja ili skrivanja relativnih informacija, ali manipulacija nije samo to. Manipulacija je također i smišljeno baratanje krivim informacijama, izvrnutim činjenicama, lažnim interpretacijama, te vješto podmetanje kako bi se stvaranjem lažnog dojma ostvarila kontrola nad recipijentom. (<http://www.etymonline.com>)

Manipuliranju smo skloni svi, a manipuliramo iz jako jednostavnih razloga, kao što su zadovoljenje vlastitih potreba te radi ostvarenja vlastitih ciljeva. Manipulacija je dio našeg života, ali nije da svaka manipulacija sadrži moralno nasilje. U nekim slučajevima ona može biti i pozitivna (u krajnjem slučaju) jer njome možemo primjerice motivirati podređenog, potaknuti studenta, pomoći pacijentu itd. Manipulacija je prisutna i u ljubavnom zavodjenju. Prihvaćamo ju jer je dio igre zavodjenja i susreta. Svatko od nas je barem jednom pokušao

utjecati na nečije ponašanje kako bi osoba na koju vršimo utjecaj priklonili našem mišljenju, stavu ili ponašanju.

Učinkovitost manipulacije ovisi o sposobnosti manipulatora koji čak djeluje intuitivno, ali je moguće odgonetnuti postupke kojima se manipulatori koriste kako bi nad nama uspostavili manipulativni odnos. Da bi manipulacija uspjela i da bi se nad nekim uspostavio manipulativni odnos, prvo se treba izgraditi povjerenje, simpatičnost, te odnos na intiman način koji se temelji na povjerenju. Na taj način se umanjuje otpor manipulirane osobe i neutralizira se njena bistrina. Ako manipulator vlada spoznajom manipulacije, vrlo je vješt pri manipuliranju jakih emocija, intuitivno zna predvidjeti težnje osobe nad kojom želi uspostaviti manipulativni odnos, te na taj način izgrađuje empatičnu vezu sa svojom žrtvom. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

4.1.1. Iskrenost i manipulacija

Iskrenost ne postoji u komunikaciji sa manipulativnom osobom. Svaka izgovorena riječ može u komunikaciji sa manipulatorom biti izvrnuta pa čak i kad su sve činjenice na našoj strani. Iz svega se mogu izvući i to će uvijek činiti. Doduše, izgovori koje će nam manipulator servirati mogu biti u neku ruku i prozirni, ali na kraju ćemo mi tješiti manipulatora jer će cijelu igru odigrati u svoju korist do te mjere da on ispadne žrtva. Ako do toga i dođe, bitno je ne popustiti, ne prihvaćati suvisla objašnjenja, izgovore ili ispričavanja te slušati svoj instinkt koji će nam najbolje ukazati ako je neka isprika lažna ili ne, ako je izgovor lažan ili nije, ili ako je objašnjenje lažno ili nije. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

4.1.2. Interpersonalna manipulacija

Interpersonalna manipulacija je oblik socijalnog utjecaja kojemu je cilj modifikacija ponašanja drugih osoba, a ostvaruje se kroz obmanjujuće i nepoštene taktike. Interpersonalne taktike manipulacije moćno su oružje za uspostavljanje i održavanje pozicije moći i kontrole nad drugim osobama, a razlog tome je taj što ih na svjesnoj razini teško prepoznamo kao takozvane katove agresivnosti, ali na nesvjesnoj razini druge osobe postavlja u položaj podčinjenosti i tjera ih da se brane. Na taj način manipulatoru nije teško uspostaviti poziciju moći nad drugom osobom i podčiniti je svojoj volji. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Taktike kojima se manipulator može koristiti u interpersonalnoj komunikaciji su:

- Pozitivno pojačanje – manipulator koristi nagradu kao vrstu stimulansa kako bi povećao uspješnost utjecaja na ponašanje ili način reagiranja osobe na pojedinu situaciju.
- Pozitivno kažnjavanje – manipulator koristi kaznu kao vrstu stimulansa kako bi smanjio pojavu određene vrste ponašanja ili reagiranja osobe na pojedinu situaciju.
- Negativno pojačanje – manipulator otklanja kaznu kao vrstu stimulansa kako bi povećao mogućnost pojave određenog ponašanja ili reagiranja osobe na pojedinu situaciju.
- Negativno kažnjavanje – manipulator otklanja nagradu kao vrstu pozitivnog stimulansa kako bi povećao mogućnost pojave određenog ponašanja ili reagiranja osobe na pojedinu situaciju. (Amory, 2013.)

Interpersonalna manipulacija postiže se najviše kroz prikrivenu agresivnost koju je gotovo nemoguće otkriti jer manipulativne taktike kojima se manipulator koristi su toliko stvarne i profinjene da druge osobe jako teško mogu kroz njih vidjeti ili posumnjati u njihov integritet i krajnji cilj.

4.1.3. Medijska manipulacija

Mediji su oduvijek bili jako sredstvo kojima se moglo utjecati na javnost. Od prvih letaka i novina pa sve do radija, televizije i interneta, medijska manipulacija je prisutna i danas. Najveća karakteristika medijskog manipuliranja su podsvjesne ili subliminalne poruke. Često se koriste u reklamama kako bi dotični termin (koji je poruka) odašiljali ispod razine svijesti. Time se želi postići da određeni cilj kroz nevidljiv način djelovanja dođe do primatelja poruke. Podsvjesne su poruke one koje se šalju ispod uobičajenih granica ljudske percepcije te se ne mogu svjesno registrirati. Šalju se kroz razne verbalne, vizualne ili glasovne signale umetnute u drugi objekt na način da neopaženo i nesvjesno ulaze u ljudski mozak kako bi na njega utjecale, te se iz tog razloga smatraju činom manipulacije. (Miliša, Nikolić, 2013.)

Ovakvom vrstom manipulacije ljude možemo polako, ali uspješno mijenjati. Teme koje ih nikad nisu zanimale mogu im preko subliminalnih poruka postati interesantne. Možemo osobama mijenjati političke interese i stavove u stvarnom životu, a da oni to niti ne shvate jer se sve odvija na podsvjesnoj razini. Na taj način podsvjesne poruke postaju utisnute

u mozgu i neprimjetno utječu na procjenu, formiranje stavova, a da pri tome zaobilaze svijest druge osobe. (Miliša, Nikolić, 2013.)

Kako bi medijska manipulacija bila uspješna, postoje tehnike kojima se možemo služiti, a koje manipuliraju gledatelje na način na koji mi to želimo. Neke od njih su:

- Prodaja panike
- Uništavanje karaktera / Ad Hominem
- Projekcija / Izvrtavanje
- Žrtveno janje / Stavljanje u isti koš
- Spajanje nasilja s moći i borbe protiv nasilja sa slabošću
- Nasilništvo
- Konfuzija
- Populizam
- Zasićenje
- Omalovažavanje obrazovanja
- Institucionalna krivnja
- Diverzija

4.2. Manipulator

Učinkovitost manipulacije ne ovisi o sklonosti osobe koja je meta manipuliranja već ovisi o vještini osobe koja manipulira. Svi smo kadri manipulirati, no pravi manipulatori su osobe koje se često koriste manipulacijom kako bi ostvarili svoje ciljeve i za takve osobe se smatra da imaju poremećaj karaktera, te da imaju nisku razinu savjesnosti i osjetljivosti prema okolini oko sebe. Možemo reći da su to osobe sa narcisoidnim osobnostima kao što su moralni prevaranti. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Manipulatore možemo svrstati u dvije skupine. U prvoj se nalaze osobe koje se manipulacijom koriste nesvjesno, a u drugoj skupini se nalaze osobe koje su svjesne svojih manipulativnih ciljeva i motiva. Zajedničko i jednoj i drugoj skupini je to da nitko neće priznati svoju manipulaciju na otvoren i direktan način, a razlog tome je činjenica da manipulacija u današnje vrijeme nije društveno prihvaćena.

Kada govorimo o narcisoidnim osobnostima moramo znati da su one određene po nekim kvalifikacijama. Te kvalifikacije nalaze se u Međunarodnom priručniku za duševne poremećaje. U njemu se opisuje da su to osobe koje puno sanjare, imaju potrebu da im se ljudi dive te imaju nedostatak empatije. Navedene „karakteristike“ pojavljuju se na početku odrasle dobi, o čemu svjedoče sljedeća očitovanja:

- osoba ima pretjerani osjećaj o svojoj vlastitoj važnosti
- osoba je obuzeta maštanjima o moći, uspjehu, veličini, ljepoti ili idealnoj ljubavi
- osoba misli da je posebna i jedinstvena te da ju mogu razumjeti samo ljudi istog ranga kao što je i ona
- posjeduje pretjeranu potrebu da joj se drugi dive
- misli i smatra da je sve zaslužila – očekuje da joj se sve želje ispune
- iskorištava druge osobe u međuljudskim odnosima
- nedostaje joj empatije – nije sklona prepoznati tuđe osjećaje niti dijeliti svoje sa drugim osobama
- često zavidi drugima i misli da joj drugi zavide

pokazuje bahato i oholo ponašanja i stajalište (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Sve ove navedene klasifikacije su karakteristike osobe koja je sklona manipulaciji, a pošto isto tako ove klasifikacije možemo naučiti prepoznati, prepoznat ćemo takve osobe koje pokušavaju manipulirati nama ili drugima oko nas. Osim kvalifikacija, postoje još i neki motivi koje manipulatori skrivaju od drugih osoba. Kada se manipulatora stjera u kut i otvoreno mu se suprotstavi, on će se koristiti poricanjem kao mehanizmom obrane, a taj mehanizam obrane uključuje još i laganje što je ujedno najučinkovitija taktika kojom se manipulator služi.

Spomenuti motivi služe najčešće kao paravan za ostvarivanje vlastitih ciljeva i pravih namjera, a oni se mogu podijeliti na:

- promicanje vlastitih ciljeva pod svaku cijenu i u svoju korist,
- potreba za osjećajem moći i superiornosti u usporedbi s drugim osobama,
- osjećaj kontrole u svakoj situaciji ili nad drugim osobama. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Charming (+)	Manipulator (-)
<p><u>Who You Are</u></p> <p>Highly Energetic Goal Oriented Articulate Charismatic Charming Exciting Engaging</p>	<p><u>How You React Under Stress</u></p> <p>Impulsive Selfishness Callousness Irresponsible Manipulative Self-Serving Aggressive</p>

Slika 3: Karakteristike manipulatora u normalnoj i stresnoj situaciji

(Izvor: <http://www.psychsongs.com/charming.htm>)

Promicanje vlastitih ciljeva pod svaku cijenu i u svoju korist manipulator ne bude priznao iako se to može u njemu vidjeti jer njegova narav je biti sebičan i okrenut striktno prema sebi. Paravan kojim će se manipulator koristiti kako bi sakrio ovaj motiv je taj da će govoriti da radi u korist drugih i u najboljem interesu drugih.

Potreba za osjećajem moći i superiornosti u usporedbi s drugim osobama proizlazi iz unutarnjeg osjećaja inferiornosti i niskog samopouzdanja. Nisko samopouzdanje zamaskirano

je ispod predivne maske, lažne osobnosti i prezentacije vlastitog karaktera koji prikazuje manipulatora kao samopouzdanu i snažnu osobu.

Osjećaj kontrole u svakoj situaciji je i više nego bitan jer ako osoba koja manipulira ima osjećaj da nema kontrolu javit će se u njoj bolna anksioznost. Manipulatori žele biti viđeni kao osobe koja svoje emocije mogu kontrolirati, kao osobe koje uvijek svaku situaciju drže pod kontrolom, a to se posebno odnosi na emocije kao što su nemoć, nesigurnost i usamljenost. Iz tog razloga, manipulatori uvijek moraju biti u pravu te daju sve od sebe kako bi to svima dokazali jer u njihovom svijetu ne postoji neutralno mišljenje pošto sve dijele na crno i bijelo bez nijansa sive. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

4.3. Tehnike manipuliranja

Tehnike manipuliranja ponašanjem istraživali su razni stručnjaci za komunikaciju, a neki od njih su Robert Vincent Joule i Jean Leon Beauvois iz Francuske. Njih dvoje pokušali su učiniti sintezu u svojoj knjizi koja se zove „Kratka rasprava o manipulaciji za uporabu časnih ljudi“. Najveća kritika koja prati tehnike manipuliranja je moralnog reda jer one često podrazumijevaju nesvjesnost žrtve, a i metode ne stvaraju ništa novo već se oslanjaju na težnje svakog pojedinca. Većina ovih tehnika nisu više nikakva tajna jer su proučene i razvijene, te se danas nalaze u svim priručnicima koji su namijenjeni menadžerima i prodavačima. Dobar prodavač instinktivno upotrebljava tehnike nagovaranja i ne mora sve njih izučavati u knjigama, ali poznavanje ovih tehnika može biti veliki plus ako gledamo na sveukupno poslovanje jednog prodavača koji radi za neko poduzeće. Poduzeću je najbitnije samo jedna stvar, a to je da se određeni proizvod proda i da ostvari dobit. Kada se tehnike manipuliranja integriraju u razgovor, željeno ponašanje, nagovaranjem sugovornika, povećava se od 10 na 20%. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Jedan rezultat istraživanja u tehnikama manipuliranja odnosi se na profesionalnu struku. Osoba može biti visokoobrazovana i svejedno će ju moći prevariti jedan popravljач stroja za pranje rublja. To se može dogoditi/događati se jer visokoobrazovana osoba ne može biti stručnjak u svemu. „Ista uvjerljiva poruka različito se prima prema zanimanju koje predmetu pridajemo. Koriste se dva posebna puta postupanja s informacijom, ovisno o vrsti situacije. Predmet koji osobu izrazito zanima bit će obrađen središnjim putem, dok će predmeti koji se tiču područja ili manje poznatih ili onih koji bude osjećaje bit će obrađeni perifernim putem koji je u analizi siromašan.“ (Hiriyogen, M.F. 2015, str. 38)

Neke od tehnika nagovaranja i manipuliranja:

- Tehnika nogom u vrata
- Prst u zupčanik
- Tehnike uključivanja
- Varka
- Tehnika vratima u nos
- Jaki utjecaj
- Laganje
- Poticanje osjećaja krivnje
- Postavljanje žrtve u ulogu negativca
- Prijetnja
- Zavodjenje
- Diverzija

Tehnika nogom u vrata se odnosi na situacije kada nešto želimo od nekoga dobiti, ali ne na direktan način. Uzmimo za primjer da osobi fali nešto malo novaca za autobusnu kartu te ta osoba dolazi do druge osobe i započinje pričati sa drugom osobom (small talk/čavrljanje), te je tijekom razgovora upita ako može izdvojiti koju kunu jer nema dovoljno za kupnju autobusne karte. Vjerojatnost da će druga osoba izdvojiti nešto novaca je sada mnogo veća nego da prethodno nije došlo do konverzacije i molbe tokom nje. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Sljedeća tehnika manipuliranja je tehnika Prst u zupčanik. „U ime načela povezanosti, osoba može biti uhvaćena u eskalirajućem procesu: njezin angažman zahtijeva sve više i više ulaganja i pokazat će se kao sve skupljim i skupljim. Zapravo ne djelujemo kako bismo poštivali svoja uvjerenja: naprotiv, mijenjamo svoja uvjerenja kako bismo opravdali aposteriori svoja ponašanja.“ (Hiriyogen, M.F. 2015, str. 39)

Kada na nešto pristanemo ili obećamo, pokušavamo se toga i držati. Tehnikom uključivanja obvezujemo osobu da na nešto pristane i da ostvari djelo za koje joj privremeno skrivamo pravu cijenu, te ju naknadno otkrivamo. Otkrivena prava cijena i stvarno stanje možda i jesu puni poteškoća, ali sugovornik se tada već osjeća obveznim održati svoju odluku i obećanje jer je u početku na to već pristao. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Recimo da se nalazimo u ulozi studenta koji je pristao sudjelovati na kratkom eksperiment iz psihologije. Mnogo očekujemo od tog eksperimenta jer nam se čini zanimljivim. Međutim, dan prije pokusa, u večernjim satima, obavješteni smo da će pokus biti održan u sedam sati ujutro umjesto u dvanaest sati kako je to bilo predviđeno. Polazeći od načela da ljudi nevoljko mijenjaju odluku koju su donijeli, možemo zaključiti da niti mi, u ulozi studenta, nećemo promijeniti svoju odluku o dolaženju na eksperiment iz psihologije. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Kod varke osobu dovodimo do toga da donese neku odluku koja na kraju neće moći biti ostvarena, no osobi nudimo alternativu koja je manje zanimljivija, ali koja je nama ujedno i bila prvobitan cilj, a čija je uloga sada da smanji frustraciju kod druge osobe radi nemogućnosti ostvarenja prvobitnog prijedloga. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Tehnikom vratima u nos želimo postići da se prvobitna molba odbije kako bi se postigla suglasnost što je zapravo prava molba. Primjerice, na ulici nas zaustavi član neke humanitarne udruge i zatraži od nas da sudjelujemo u nekoj cjelodnevnoj akciji u korist te humanitarne udruge. Vjerojatnost je velika da ćemo takvu molbu odbiti. Nakon što smo odbili molbu humanitarac nam predlaže da kupimo privjesak za ključeve udruge po nekoj simboličnoj cijeni. Teško da ćemo odbiti takvu bezazlenu stvar. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Jaki utjecaj nastaje u trenutku stvaranja istinskog patološkog odnosa. Jaki utjecaj može nastati u bilo kojem međuljudskom odnosu ako u njemu postoji utjecaj između dvije ili više osoba ili pojedinačnih skupina. Radi se u paru, u obiteljima, u ustanovama, sektama ili preko moći pojedinca, te spretnom i kvalitetnom propagandom. Jak utjecaj se obilježuje psihičkim utjecajem na žrtvu. Lakše je vršiti jak utjecaj na dijete, ali je i mnogo razornije nego na odraslu osobu.

Jaki utjecaj vrši se na više načina:

- otkrivanjem ranjivosti mete,
- zavodenjem,

- izoliranjem mete,
- otuđivanjem/nametanjem,
- programiranje,
- prijetnje. (Hiriyogen, M.F. 2015.)

Laganje je jedna od najboljih tehnika manipuliranja jer njome možemo uskraćivati značajni dio istine ili možemo skrivati istinu. Laž je vrsta prijevare koja ima cilj zavaravanja druge osobe. Namjerno izostavljanje činjenica ili nepotpuno iskazivanje istine također se smatra laganjem jer druga osoba i dalje ostaje u zabludi. (Simon 1996.)

Postoje još blefiranje kao oblik laži u kojem zavaravamo drugu osobu na način da ona vjeruje kako mi posjedujemo neki kapacitet ili imamo neku namjeru koja ne postoji (često se koristi kod igra na sreću) i preuveličavanje kod kojeg se detalji neke situacije napuhavaju u visine da bi ostali zanimljivi, maštoviti pa čak i humoristični. (Simon 1996.)

Poticaaj osjećaja krivnje je tehnika manipuliranja koja se koristi kod ljudi koji su savjesni, dobri, pokazuju suosjećanje, te su iz tih razloga veća meta manipuliranja na ovakav način. Ova metoda koristi se kao vrsta taktike ili zastrašivanja. Sve što manipulator treba napraviti je govoriti drugoj osobi kako joj nije dovoljno stalo, kako je egoistična i osoba će se početi loše osjećati i osjećat će grižnju savjesti čak i do te mjere da manipulator uspije u svom naumu. (Simon 1996.)

Postavljanje žrtve u ulogu negativca je tehnika manipuliranja koja se koristi kada manipulator izigrava žrtvu i to na način da ispada kako se on brani od neke vrste agresije koju mu je nametnula druga osoba koja je zapravo žrtva. Ova taktika je snažno manipulativno sredstvo jer se žrtvu na nesvjesna način stavlja u položaj da se mora braniti dok se agresivne namjere osobe koja se koristi ovom taktom istovremenom maskiraju. (Simon 1996.)

Manipulatori ponekad otvoreno prijetje kako bi postigli kod žrtve osjećaj straha te bi time ona pokleknula i pokorila bi se njegovim zahtjevima. Strahom svoju žrtvu teroriziraju toliko jako dok ju ne dovedu do stanja submisivnosti, a ponekad srdžbom i bijesom postižu još veći efekt koji izaziva još više straha kod žrtve koja ostaje paralizirana i pokorna volji manipulatora. U najgorem slučaju, prijetnje ovog tipa mogu dovesti do maltretiranja. (Simon 1996.)

Zavođenje može biti tehnika manipuliranja. Zavođenjem manipulator dolazi do povjerenja i odanosti žrtve. To postiže šarmiranjem, laskanjem, pohvalama ili pružanjem otvorene podrške prema žrtvi. Osobe koje su potrebite i ovise o drugima čeznu za priznanjem, ohrabrenjem i moralnom podrškom drugih osoba. Manipulatori to iskoriste u svoju korist, izvuku iz žrtve najviše što mogu za svoje dobro i to na način da se pretvaraju kako brinu o toj osobi i glume da im je stalo do potreba druge osobe. (Simon 1996.)

Diverzija je tehnika mijenjanje teme, izbjegavanje problema i izvrgavanje stvari. Manipulatori ovu tehniku koriste kako bi odvratili pozornost sa svog ponašanja, udaljili nekoga sa svog puta, te si osigurali put da provedu svoje skrivene namjere. (Simon 1996.)

U sljedećem dijelu ovog diplomskog rada pokušat ćemo pokazati na koji način se u javnom nastupu mogu koristiti manipulativne tehnike, koliko one mogu biti razorne ako masa ljudi povjeruje u slatke riječi manipulativne osobe i prepusti se voditi ideologijom bolesnih osoba, te kako javni nastup i govor mogu isto tako ljude potaknuti na razmišljanje na pozitivan način te ih voditi prema promjenama svjetskih razmjera za dobrobit cijelog ljudskog roda, a ne samo jedne osobe.

5. Javni govor i javni nastup

Svaka osoba koja se barem jednom našla u ulozi govornika pred većom skupinom ljudi zna da to nije toliko jednostavno koliko možda zvuči. Jedna prezentacija od deset minuta pred skupinom ljudi može biti loše izvedena ako se osoba koja je u ulozi govornika nije dovoljno pripremila za izlaganje te prezentacije. Nadalje, kada govorimo o pravim javnim govorima i javnim nastupima moramo imati na umu da se skupina ljudi može sastojati od preko deset tisuća ljudi koji slušaju o tome o čemu govornik govori i koja će vidjeti i čuti svaku grešku u njegovoj verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. Ovdje još možemo pridodati medije koji govor snimaju, prenose ga u živo te ga i ponovno prikazuju što na govornikova leđa stavlja još veću dozu stresa te on mora greške u javnom govoru i nastupu minimalizirati do te mjere da ih čak ni mediji ne mogu opaziti. (Čerepinko, 2012.)

„Javni govor i javni nastup kompleksna je komunikacijska aktivnost kod koje sadržajni, verbalni dio mora biti u suglasju s neverbalnim. Dobar govor je uvjerljiv kada je uvjerljiv i onaj tko govori, odnosno kada svojim ponašanjem potvrđuje da stvarno vjeruje u ono što priča.“ (Čerepinko, 2012, str. 123)

Svaka teza sastoji se od uvoda, glavnog dijela i završetka. Tako se u javnom govoru pokušava na najjednostavniji način govornikova teza ponoviti više puta. On ju ponavlja kako bi ju masa upila, kako bi ju zapamtila i kako bi ju prihvatila. U uvodu se pokušava ljude privući, a cilj uvoda je da slušatelja kratko uvede u temu javnog govora. Glavni dio služi kako bi detaljno objasnio temu o kojoj se javno govori, te on daje detaljnu argumentaciju o temi o kojoj se javno govori. Završetkom se zaključuje javni govor, on sažima sve što je rečeno i poziva slušatelja na djelovanje, na akciju. (Čerepinko, 2012.)

Osnovna shema javnog govora izgledala bi ovako:

- Uvod
 - izazvati pozornost čitatelja
 - unutar prvih 90 sekundi od početka govora
 - stvoriti naklonost prema govorniku
 - humorom, zahvalnošću, retoričkom skromnošću
 - zainteresirati slušatelja za temu
 - anegdotom, pričom, pitanjem, neobičnim podatkom itd.

- Glavni dio
 - iznošenje početne teze
 - pojašnjavanje koje pojačava početnu tezu
 - stručno dokazivanje
 - emocionalni primjer
 - zaključak izrečenog
- Zaključak
 - sažetak govora
 - mora biti kratak i jasan, mora uključivati osnovnu misao ili poruku govora
 - poziv za akciju
 - efektan kraj (Čerepinko, 2012.)

Javni govori često ispadaju loši zbog treme, loše pripreme, pogrešaka prilikom izvedbe govora, te zbog nepripremljenosti ili slabe samouvjerenosti govornika. Još iz doba antičke Grčke ovo je bila poznata činjenica, a pošto cijeli koncept demokracije potječe iz toga vremena (predstavnici naroda izabrani od naroda koji govore u ime naroda koji ga je izabrao), govornici su uvježbavali svoje govore i pripremali se kako ne bi došlo do grešaka. Govornici/zastupnici služili su se retorikom koja se može definirati kao vještina kojom se možemo poslužiti prilikom pripreme, pisanja i izvođenja javnih govora. U današnje vrijeme retorika je često povezana sa nečim negativnim jer se koristi u negativnom kontekstu, ali ona je zapravo neutralna disciplina koja se može koristiti u dobre i u loše svrhe, ovisno o osobi koja ju koristi. Tako je Aristotel (poznati Grčki filozof) ukazivao da je bit retorike ukazivati na istinito, a ne izmišljeno iako retorika prikazuje postojeću istinu na način kako ju vidi govornik koji pokušava druge uvjeriti u svoje viđenje. (Čerepinko, 2012.)

5.1. Sastavljanje i pisanje govora

Dobar govor bit će uvjerljiv ako ostvari tri ključna kriterija:

- Informira publiku
- Zabavi publiku
- Pokrene publiku na željenu akciju (Čerepinko, 2012.)

Uz navedene kriterije, govor mora biti održan u zadanom vremenskom okviru. Nebitno ako je to minuta ili dva sata, govornik se na to treba pripremiti da održi i ispuní zadani vremenski okvir. Danas postoje pravila o tome koliko jedan govor smije trajati. Primjerice, ako je govor namijenjen javnom predavanju, trajat će sat vremena, do deset minuta pri uvodnim izlaganjima na sastancima, tri do pet minuta trajat će pri obrazlaganju stava ili neke nove ideje, do tri minute trajat će ako je riječ o diskusiji, te minutu kad se radi o javnom postavljanju pitanja. (Čerepinko, 2012.)

Kada se govor planira i sastavlja i kako bi se što bolje sastavio, treba na umu imati sljedeće:

- prosječno trajanje jednog glasa je od šest do osam stotinki sekunde,
- prosječno trajanje jednog sloga je od petnaest do dvadeset i pet stotinki sekunde,
- prosječno trajanje jedne riječi je od šest do osam desetinki sekunde,
- prosječno trajanje jedne rečenice na hrvatskome jeziku je od jedne i pol do pet sekundi. (Čerepinko, 2012.)

Stoga, valja napomenuti da govornik, prilikom sastavljanja govora, mora koristiti slikovite izraze koji su publici bliski, trebao bi koristiti pamtljive izraze kako bi ih publika lakše zapamtila, te bi kroz vrijeme govora trebao ponavljati glavnu misao govora. Nakon što je govor napisani, govornik se na njega treba pripremiti jer mora zapamtiti sve što je napisano kako bi govor i bio u cijelosti izgovoren, ali na način (što je ujedno i umijeće samo po sebi) da zvuči kao da je upravo osmišljen, uzet iz glave onog trena kada je govornik stao pred svoje slušatelje/publiku.

Kako bi se to postiglo, govornik može cijeli govor sastavljati na karticama koje može tijekom izlaganja govora koristiti kao podsjetnik što je i kako želio prenijeti publici/slušateljima i to određenim redoslijedom, no ipak je najbolje da se govor pokuša

uvježbati u cijelosti bez ikakvih pomagala. U tome nam može pomoći ogledalo pred kojim govornik može vježbati, može vježbati pred drugim ljudima ili se snimati kamerom i pregledavati sam ako je tijekom govora pogriješio kako bi to mogao ispraviti na vrijeme. (Čerepinko, 2012).

5.2. Govornik

Govornik svoj govor izvodi pred skupinom ljudi koja može brojati deset osoba ili deset tisuća, kao što smo već rekli. Taj govor ne može biti samo izvježban i „izrecitiran“ pred drugima već govornik svoj govor mora prilagoditi slušatelju, mora se moći mijenjati i prilagođavati prema potrebama, reakcijama publike te imati u sebi i dozu improvizacije koja je ponekad potrebna tijekom govora. Govornik oblikuje polovicu svog govora dok drugi dio govora oblikuje slušatelj stoga je povratna veza između govornika i slušatelja jako bitna i ključna za izvedbu dobrog govora, ali govor se ne sastoji od samo niza izgovorenih riječi već i od niza drugih elemenata kao što su:

- Ton i boja glasa – dokazano je da slušatelje privlače dublji glas kod javnih govora (općenito kod bilo kakvog oblika prezentiranja) jer automatski asocira na vrstu autoriteta.
- Dikcija – odnosi se na riječi koje govornik koristi tijekom govora i način na koji ih izgovara i na koji način se izražava (jasnoća i čistoća govora).
- Mimika - označava pokretanje tijela i pokreta mišića lica kao izraz osjećaja mentalnog stanja ili raspoloženja.
- Geste - označava pokrete rukama i glavom ili drugih dijelova tijela kojim se poprađuje govor, izražava neki misao, ili osjećaj.
- Ponašanje slušatelja – ovdje mislimo na povratnu informaciju tj. povratnu reakciju koju slušatelj pokazuje tijekom govora. Slaže li se on sa našim iznošenim argumentima? Sluša li nas pažljivo? To sve jedan dobar govornik može vidjeti na slušatelju prateći pažljivo njegovu neverbalnu komunikaciju te će se govornik, ako je potrebno, prilagoditi slušatelju da zadobije svu njegovu pozornost. (Čerepinko, 2012.)

U praksi ovo znači da će dobar govornik naglašavati što smatra da je potrebno naglasiti. Naglasit će dijelove riječi ili cijele rečenice koje želi da ih slušatelj zapamti i obrati na njih pažnju, a ako želi da slušatelj/publika vjeruje u ono što govori, njegova neverbalna

komunikacija biti će u savršenom skladu sa verbalnim dijelom. Ovdje govorimo o vjerodostojnosti koja je ključan faktor u govoru i javnom nastupu jer ocijeni li slušatelj da neverbalna i verbalna komunikacija kod govornika nisu usklađene, vjerodostojnost govornika biti će izgubljena. Iz tog razloga postoje i neke zakonitosti/zapovijedi na koje treba obratiti pozornost kao govornik:

- Govorite manje, kažite više.
- Informirajte se o publici.
- Razmisliti o povodu i cilju.
- Ograničite vrijeme govora.
- Pripremite se za govor.
- Govorite samo ako ste kompetentni.
- Govorite angažirano, koristite govor tijela.
- Govorite slikovito jer govor nije tekst.
- Vježbajte glas, disanje, dikciju
- Svaki govor neka izražava osobnost. (Čerepinko, 2012.)

Uz ove naputke i vježbu, svatko sa trunkom talenta u komunikaciji može naučiti dobro govoriti pred skupinom ljudi, neovisno o veličini te skupine.

Ovdje moramo naglasiti da je neke stvari ipak gotovo nemoguće savršeno naučiti jer za njih trebamo imati urođeni talent. Tako neki ljudi imaju urođene komunikacijske sposobnosti i s lakoćom bi uz malo vježbe (iznad navedene) mogli držati cijele javne govore dok drugi i uz dugogodišnju, kontinuiranu vježbu neće to postići nikada. Tako je i povijest poznata po vođama koji su ljude oko sebe znali motivirati do razine da su ih pratili u smrt za cilj i ideale koji na kraju nikada nisu zaživjeli ili su zaživjeli na relativno kratko vrijeme. U povijesnim knjigama se takve osobe opisuje kao karizmatične, pune ideja, ali i kao nemilosrdne diktatore i psihopate koji su shvatili da i izgovorena riječ može biti jednako jaka kao i oružje kojim vojnik maršira u rat. Naravno, i danas smo okruženi ovakvim moćnim osobama i talentiranim govornicima koji javni nastup mogu pretvoriti u igru emocija tuge i sreće, no njih u ovom diplomskom radu nećemo analizirati, ali ćemo detaljnije analizirati dvije povijesne ličnosti koje su svojim odlukama mijenjale svijet, koje su bile politički vođe, manipulatori i dobri javni govornici. Iako su te osobe bile vrsni govornici, netko ih je ipak morao saslušati i prihvatiti njihova stajališta, a to su bili slušatelji.

5.3. Slušatelj

„Razlog zbog kojeg imamo dva uha, a samo jedna usta je da bismo mogli više slušati, a manje govoriti.“ – Latinska poslovice

U današnje vrijeme teško je aktivno slušati sugovornika zbog sve manje i manje koncentracije kod ljudi koje se javlja radi konstantnog bombardiranja svakodnevnim informacijama i napretku tehnologije (smart phone). Iz tog razloga je u svakodnevnom životu loše slušanje češće pravilo nego izuzetak. Ponekad mi sami ne slušamo druge ljude i rijetko to zapažamo, ali često uočavamo kada druga osoba ne sluša nas. Većina ljudi smatra da je slušanje nešto što se samo po sebi podrazumijeva, to je zbog toga što sposobnost komuniciranja vežu uz sposobnost govora, iako je za dobru komunikaciju podjednako važno znati dobro slušati i dobro govoriti. Što sve podrazumijeva umijeće slušanja i kako poboljšati slušanje možemo vidjeti iz sljedećeg:

- Zadržati se od zijevanja kad nam se zijeva.
- Ne osvrutati se neprekidno oko sebe.
- Truditi se što je više moguće da ne upadamo u riječ.
- Ako se želimo suprotstaviti, onda bi to trebali uraditi delikatno.
- Ne pretjerivati s klimanjem glave kako bi pokazali da obraćamo pažnju,
- Ne smijemo svaki čas ubacivati "Naravno!", "Imaš pravo!", "Tako je!"; jer to je dokaz da zapravo ne slušamo govornika. (Čerepinko, 2012.)

Uz navedeno umijeće slušanja, postoje još i tipovi slušanja. Točnije rečeno, postoje tri tipa slušanja, a to su:

- Imaginativno slušanje
- Logičko
- Anticipacijsko (Čerepinko, 2012.)

Imaginativno slušanje je ono u kojem slušatelj u svom umu slikovno predočava ono što čuje te na taj način razumije ono što je rečeno. (Čerepinko, 2012.)

Logičko slušanje je ono kod kojeg slušatelj prepoznaje logičke uzorke u govoru. Slušatelj slijedi logiku govora, i prepoznaje elemente govora kao što su uvod, vrhunac i završetak. (Čerepinko, 2012.).

Anticipacijsko slušanje ima značajke imaginativnog i logičkog slušanja te je zapravo mješavina jednog i drugog tipa slušanja. Karakteristično za ovaj tip slušanja je to da slušatelj

sluša govor aktivno razmišljajući o onome što je rečeno od strane govornika te slušatelj unaprijed pretpostavlja što će govornik dalje reći. (Čerepinko, 2012.)

U nastavku ovog rada analizirati ćemo kako se javnim govorom i komunikacijskim manipuliranjem može doseći do moći, vrtoglavog statusa pa čak i rata, kako jedna osoba može biti toliko uvjerena u svoje laži i bolesna uvjerenja da je spremna svakoga povesti sa sobom u smrt, te na koji način je dotična osoba to postigla. Nadalje, pokazat ćemo razliku između komunikacijskog manipuliranja i uvjeravanja na drugom primjeru koji je se također odnosi na jednu povijesnu ličnost, no ta ličnost je svojim javnim govorima poticala svijet na promjene bez agresije i nasilja, to je bila osoba koja je ljude motivirala da se bore za svoja prava kao ljudska bića, te je to ujedno i osoba koja se istaknula kao borac za ravnopravnost svih ljudi, neovisno o spolu, dobi ili boji kože.

6. Primjer 1. - Adolf Hitler

Adolf Hitler savršen je primjer psihički bolesne osobe koja je svoj talent za komunikaciju, manipulaciju, političku sposobnost i lukavost upotrebljavala kako bi stekla apsolutnu moć i promijenila svijet oko sebe. Rođen 20. travnja 1889. godine kod mjesta Brunau am Inn, Adolf Hitler ju svom u životu pokušao postati slikar no život ga je odnio u političke vode. Bio Njemački političar, vođa Nationalsocijalističke njemačke radničke partije (NSDAP) koja je ujedno bila poznata kao Nacistička stranka. Bio je diktator (Kancelar Reicha ili Führer) Njemačke od 1934. godine pa sve do 1945. godine kada je počinio samoubojstvo u svom bunkeru u Berlinu.(John Toland, E-book 2015.)

Dolazak ovog pojedinca na političku scenu odjeknuo je kao bomba u Njemačkoj državi koja je nakon Prvog svjetskog rata bila u gospodarskoj krizi zbog reparacijskih mjera nametnutih od strane pobjednika (Velika Britanija, Francuska). Bio je zagovornik njemačkog nacionalizma, antisemitizma, antikapitalizma i antikomunizma, te je Njemačku državu pretvorio u Treći Reich koja je ustvari bila država sa jednim apsolutnim vladarom (to je bio on), jednostranačkim sustavom, autokratskom vlašću i idealizmom nacizma.

Hitler je posjedovao nevjerojatnu sposobnost da pridobije ljude različitih stavova i time da, uvijek iznova kao glumac igra nove uloge koje su bile pripremljenije svakoj situaciji. Svojom karizmom, razmišljanjem, lukavošću pa čak i agresijom, mijenjao je svoj svijet na način na koji je on htio, a htio je apsolutnu moć. Naime, postoje neki od ključnih događaja kojima je zadobio tu moć, povjerenje svog naroda i apsolutnu vladavinu Njemačke države, a neki od njih su:

- Pokušaj puča u Bavarskoj 8. studenog 1923. godine – Hitler završava u zatvoru i piše Mein Kampf kojim prikazuje sve svoje stavove, mišljenje i povijest svog života. Knjiga je ujedno, gledamo li s promotivne strane, odličan potez kojim je zadobio još više sljedbenika, ali i neprijatelja.
- Podmetnuti požar od strane nacista na zgradi Reichstaga 27.veleče 1933. godine – Nacisti su za taj događaj okrivili komuniste koji su od onda na dalje bili proganjani. Time si nacisti osiguravaju još više simpatizera i veće povjerenje njemačkog naroda.
- Obećanja narodu koja će Njemačku pretvoriti u 1. svjetsku velesilu – Hitler je sebe smatrao anđelom čuvarom i spasiteljem svog naroda (novi Mesija), govorio je da živi samo za svoju državu (nema privatan život što nije bila istina), obećavao je da će

spasiti Njemačku od gospodarske krize, govorio da je njemački narod zapravo poseban, da su sve rase manje vrijedne i tu su da služe Arijevskoj rasi (Naziv za Germane čiste krvi, plavih očiju i kose), te je kao žrtveno janje za sve neuspjehe Njemačke pronašao u Židovima koje je u daljnjoj budućnosti nemilosrdno dao ganjati i naredio je da ih se još nemilosrdnije ubija.

- Politika gospodarske ekspanzije – Hitler je govorio o boljim uvjetima života, nestanku nezaposlenosti (što je kao političar donekle i ispunio), povećanju industrijske proizvodnje, pokretanju velikih građevinskih pothvata i raznih projekata za bolje zdravlje i školstvo što je njemačkom narodu, u doba krize, itekako zvučalo primamljivo. (John Toland, E-book 2015.)

Svi ovi događaji, planovi i obećanja, ali i mnogi drugi doveli su Hitlera do trona najmoćnijeg pojedinca u Njemačkoj državi. Doduše, sve što je on nudio njemačkom narodu nije zapravo bilo toliko nepoznato u ondašnje vrijeme, ali na način na koji je to prezentirao bio je sasvim novi. Tako je uz svoje političke manevre, glavno oružje ove individue bio je javni govor i manipulacija slušateljima. Bio je u stanju hipnotizirati mase ljudi koji su dolazili slušati njegove javne nastupe. Ako je bilo potrebno pridobiti ljude koji i nisu bili skloni njegovim razmišljanjima, simulirao je empatiju i suosjećanje do te mjere da je pustio i koju suzu. Impresionirao je ratne veterane, uglednu gospodu pa i zapuštene razbijače jer je za svaku situaciju uvijek imao spreman nastup i tehniku manipuliranja kojom će se koristiti. (John Toland, E-book 2015.)

6.1. Tehnike manipuliranja

Tehnike manipuliranja kojima se Adolf Hitler koristio nisu u ondašnje vrijeme bile toliko poznate kao što su danas pa je i to jedan od razloga zašto je njegova moć manipuliranja bila još jača, te zašto je ispadao samozatajan i zanimljiv kao osoba. U prijašnjim dijelovima ovog rada nabrajali smo i objašnjavali tehnike manipuliranja pa zato možemo naglasiti neke koje su bile korištene od strane Adolfa Hitlera:

- Laganje
- Jaki utjecaj
- Prijetnja
- Zavodjenje itd.

Koristio se lažima što je vidljivo iz obećanja koje je davao svom narodu, a to su bila obećanja o promjenama u obliku prosperiteta Njemačke države i njezinog stanovništva, a ne početak svjetskog rata i propasti koju je donio cijelom svijetu. Također, širio je jaki utjecaj na druge oko sebe te vršio pritisak kad je nešto htio odmah. Strpljenja za druge nije imao, a imao ga je još manje kada se nešto nije ostvarilo kako je on to zamislio. Od svih tehnika manipuliranja, najviše je koristio prijetnje. Svojom energijom i agresivnošću bio je sposoban okrenuti sve u svoju korist jer je strah moćno oružje za tako vrsnog manipulatora. Bio je uvjerljiviji svakom novo izgovorenom rečenicom jer je i sam bio uvjeren o temi o kojoj je pričao. Slijepo je vjerovao svojoj viziji o Germanima i kako su Nijemci direktni potomci te rase te je drogom propagandom (najviše od strane dr. Josepha Goebbelsa) uvjerio sve oko sebe kako je baš on izabran da Njemačku spasi od propasti koja joj prijeti. Prije sam već spomenuo da je žrtveno janje pronašao u Židovima. Prebacio je krivnju poraza u Prvom svjetskom ratu na Židove i time je zadobio još više simpatizera kao što su vojni veterani koji su bili odlučni pratiti ga i u smrt ako je to potrebno. Zbog tih ideja, širenja mržnje i antisemitizma, poginulo je i ubijeno preko pedeset milijuna ljudi tijekom 2.svj. rata za što su najviše odgovorni bili Adolf Hitler i njegovi podanici koji su ga slijepo pratili. (Domarus, M. 2007.)



Slika 4: Primjer javnog govora A. Hitler

(Izvor: <http://www.bbc.co.uk/timelines/zsmm6sg>)



Slika 5: Primjer javnog govora A. Hitler

(Izvor: <http://www.bbc.co.uk/timelines/zsmm6sg>)

Od podanika koji su direktno bili povezani sa Hitlerovim imidžem i koji su pomagali stvoriti veliku sliku Führera, najviše možemo izdvojiti dr. Josepha Goebbelsa koji je bio Reichov ministar narodnog prosvjećenja i propagande. Goebbels je za Hitlera razvio pseudo religijski imidž vođe čija je sudbina bila spašavanje Njemačke države i uspostavljanje tisućljetnog imperija u kojem su Nijemci rasa koja ima status bogova. Napomenuo sam prije da je Hitler sebe smatrao spasiteljem Nijemaca. Goebbels Hitlerovom imidžu najviše pridonio i nametao ga je Njemačkome narodu što je Hitlerovo samo veličanje još više produbilo izvan granica svake normale.

6.2. Javni govor

Adolf Hitler svoje je govore počinjao mirnim tonom, uvijek najavljen od svojih podanika i dočekan velikim aplauzom, ali namjerno je na njih kasnio kako bi stvorio napetost u atmosferi među slušateljima. Govori su se najčešće održavali u velikim dvoranama, a najveći su bili u Nürnbergu (nekadašnja prijestolnica careva Svetog Rimskog Carstva) gdje su poprimali religiozno značenje. Dvorane ispunjene nacističkim simbolima doprinosile su atmosferi religijskog veličanja Adolfa Hitlera tako da je njegov ulazak na scenu više dolikovao bogu nego čovjeku. Nakon mirnog uvodnog dijela u kojem je govorio o svom putu i političkoj karijeri, Hitler je glas postepeno pojačavao kako je sve više i više bio u elementu govora. Nekontrolirano je vikao u bijesu uz trzanje mišića na licu, širio je ruke, udarao po stolu i

grudima. Sve je to utjecalo na slušatelje koje je svojom energijom i agresijom zarazio, bacio ih u stanje ekstaze. Moglo bi se reći da je savršeno znao svoje emocije prenijeti sa sebe na slušatelja. Svojim teatralnim govorima, slušatelje je podvrgavao tehnikama manipulacije koje su služile kako bi svakome od njih oprao mozak svojim stavovima, idejama i idealima u koje je on istinski vjerovao. U trenucima fizičke iscrpljenosti, vrhunca govora i uzbuđenja napravio bi kratku stanku ostavljajući slušateljima mogućnost razmišljanja o rečenome kako bi dali podršku njegovim stavovima. (Domarus, M. 2007.)



Slika 6: Primjer uvježbavanja javnog nastupa, A.Hitler

(Izvor: <http://www.bbc.co.uk/timelines/zsmm6sg>)

Hitler je svoje govore često vježbao iako je za njih imao prirodan talent i urođene komunikacijske vještine koje su bile i više nego dovoljne da utječe na svakog slušatelja tijekom svojih govora. Kako bi tehnike manipuliranja i govora doveo do savršenstva, vježbao je pred ogledalom satima i satima kako bi svoju neverbalnu komunikaciju uskladio sa verbalnom. Uz vježbanje pred ogledalom, pohađao je i stručno obučavao svoj glas kako bi zvučao još uvjerljiviji, te kako mu glas ne bi pucao nakon dužih govora pred mnogobrojnom publikom. Njegov trud se isplatio jer nakon što je slušatelj prihvatio njegove stavove nametnute u govorima, postao je još jedan pijun u igri šaha, postao je žrtva manipulacije bolesne osobe koja je do samog kraja svog života bila uvjerena u svoje ideale i stavove te koja je, spomenuo sam to već i prije, među najvećim krivcima za početak 2. svjetskog rata koji je odnio živote više od pedeset milijuna ljudi, a od toga je poginulo i ubijeno više od šest milijuna Židova. (Domarus, M. 2007.)

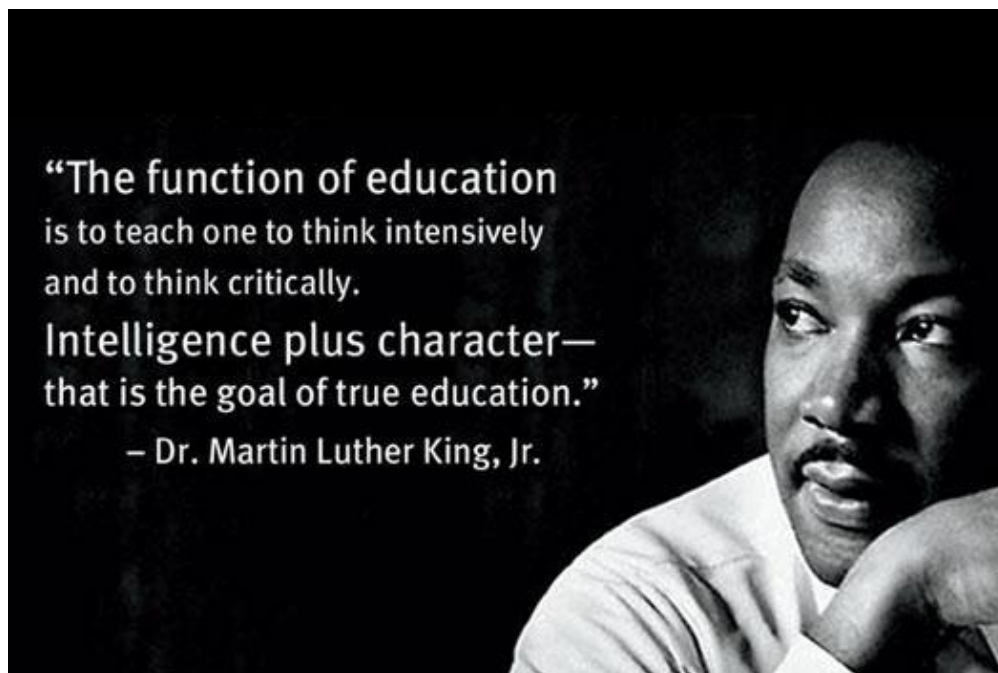
7. Primjer 2. - Martin Luther King Jr.

Drugi govornik o kojem ću govoriti u ovom radu je Martin Luther King Jr. Rođen je u Atlanti (SAD) 15. siječnja 1929. godine i živio je do travnja 1968. godine. King je bio američki baptistički svećenik, aktivist za građanska prava i jedan od najvećih vođa za prava američkog crnačkog stanovništva. (Carson, 1976.)

Kao dječak, King je sa pet godina napamet učio odlomke iz Biblije. Razlog tome bio je njegov otac koji je bio svećenik što u ono vrijeme nije bila bezazlena stvar zbog rasizma Amerikanaca prema crnačkom stanovništvu. King je sa svojih petnaest godina krenuo na fakultet Morehouse koji je pohađao u Atlanti, a koji je ujedno i bio među najboljim fakultetima za crnce u Sjedinjenim Državama. Sa 19 godina stekao je diplomu iz sociologije i krenuo na studij bogoštovlja u sjemenište Crozer u Pennsylvaniji. Diplomirao je kao najbolji u svome razredu, a studij je nastavio na Sveučilištu u Bostonu na kojem je upisao doktorat i napredni tečaj iz filozofije religije. Studirao je hinduizam, šintoizam, islam, te kršćanstvo. U Bostonu upoznaje i svoju buduću ženu Corettu Scott koja je kao i on došla s Juga. Vjenčali su se 18. lipnja 1953. godine u Corretinu domu u Marionu. Prvo mjesto služenja bilo mu je u baptističkoj crkvi na aveniji Dexter u Montgomeriji u saveznoj državi Alabami. Bilo mu je tek 25 godina kada je stekao doktorat teologije i već je onda bio poznat po svojem daru govora. (Carson, 1976.)

5. prosinca 1955. godine, King postaje preko noći medijski poznata ličnost zbog održanog govora u crkvi na Aveniji Bexter koji je bio uvod u bojkot autobusa zbog slučaja Rose Parks. Tijekom 50-ih i 60-ih godina, u Sjedinjenim Američkim Državama vladao je veliki rasizam prema crnačkoj populaciji. Bijelci su imali veća prava, a crnačkoj je populaciji, primjerice, zabranjeno bilo ulaziti u iste kafiće kao i bijelcima, ne ustupiti mjesto na autobusima i javnom prijevozu itd. Rose Parks bila je afro-američka aktivistica koja je odbila ustupiti svoje mjesto u autobusu bijelom putniku na zahtjev vozača autobusa. Time je izazvala uhićenje i suđenje zbog građanskog neposluha. Njeno suđenje rezultiralo je bojkotom autobusnog prometa u Montgomeriju koje je organizirao nitko drugi već Martin Luther King, Jr. Njegov govor ujedinio je afro-američku populaciju i započeo pokret za građanska prava svih američkih crnaca. "Danas želim reći svim Amerikancima i svim ljudima svijeta... naš sadašnji pokret neće zaustaviti nikakav val rasizma..." – rekao je Martin Luther King u gradu Montgomery u Alabami, na demonstraciji protiv rasne segregacije u vozilima javnog

gradskog prijevoza. Od onda pa sve do svoje smrti King je bio meta rasizma, pokušaja ubojstva, prijetnji itd. (Carson, 1976.)



Slika 7: Poznata izjava Martina Luthera Kinga o obrazovanju

(Izvor: <https://mrmck.wordpress.com>)

7.1. Javni govor i tehnike uvjeravanja – I Have A Dream

Svoj najpoznatiji govor u trajanju od 17 minuta, King je održao 1963. godine na Maršu na Washington kod Lincoln Memoriala. Taj govor je danas svjetski poznati, a King ga je naslovio: „I Have A Dream“, u prijevodu: „Imam san“. Govor je pratilo preko 250 tisuća boraca za građanska prava, King je u govoru izrazio želju za budućnost u kojoj crnci i bijelci skladno koegzistiraju kao jednaki. Time je nagovijestio promjene koje će se dogoditi u budućnosti diljem svijeta, a ne samo u SAD-u. (Carson, 1976.)

Prilikom pisanja govora King je imao pomoć svog odvjetnika Calrence Jones-a koji je radio na pripremi govora za ovaj događaj, no nakon što je King počeo sa govorom Jones je shvatio da to nije govor koji su obojica pripremali. King je i inače bio sposoban govornik koji je znao improvizirati i glasom punim emocija dirnuti slušatelje, te apelirati na njihovo suosjećanje i empatiju. „I Have A Dream“ bio je improvizirani govor jer je na početku govora King maknuo sve papire i bilješke i počeo je govoriti spontano, iz glave. Kingov melodičan i melankoličan glas pun emocija odjeknuo je pred mnoštvom okupljenih, te ih je taknuo u srž i potaknuo je slušatelje na razmišljanje što je rezultiralo time da ih je pridobio na svoju stranu.

I HAVE A DREAM

Završetak govora „I have a dream“

„Kažem vam danas, prijatelji, da, usprkos svim teškoćama i frustracijama trenutka, ja još uvijek sanjam. Sanjam san duboko ukorijenjen u američkom snu.

Sanjam da će jednog dana ova nacija ustati i zbilja živjeti po pravom značenju svog kreda: 'Držimo da su ove istine samo spoznatljive: da su svi ljudi stvoreni jednakima.'

Sanjam da će jednog dana na crvenim brdima Georgije sinovi robova i sinovi robovlasnika moći zajedno sjediti za stolom bratstva.

Sanjam da će jednog dana država Mississippi, pustinska država što se znoji u žaru nepravde i pritisaka, biti pretvorena u oazu slobode i pravde.

Sanjam da će četvero moje djece živjeti jednog dana u naciji koja ih neće mjeriti aršinom boje njihove kože, no aršinom njihovih karaktera.

Sanjam danas.

Sanjam da će jednog dana država Alabama, država u kojoj sa usana njezina guvernera danas kapaju riječi uplitanja i osujećenja, biti pretvorena u državu u kojoj će se mali crni dječaci i djevojčice moći držati za ruke sa malim bijelim dječacima i djevojčicama i šetati zajedno kao braća i sestre.

Sanjam danas.

Sanjam da će se jednog dana svaka dolina izdići i svako brdo i planina spustiti, da će hrapava mjesta postati glatka, a iskrivljena mjesta ravna, i da će Slava Božja biti otkrivena i da će je svi ljudi zajedno vidjeti.

To je naša nada. To je vjera s kojom se vraćam na Jug. S tom vjerom moći ćemo iz planine očajanja isklesati kamen nade. S tom vjerom moći ćemo neskladno zvrljanje naše nacije pretvoriti u simfoniju bratstva. S tom vjerom moći ćemo raditi zajedno, moliti se zajedno, boriti se zajedno, ići u zatvor zajedno, boriti se za slobodu zajedno, znajući da ćemo jednog dana biti slobodni.

To će biti dan kad će sva Božja djeca s novim značenjem moći pjevati:

Zemljo moja, to si ti, slatka zemljo slobode, o tebi pjevam. Zemljo gdje su mi umrli preci, zemljo ponosa hodočasnika, neka sa svake planine odzvanja sloboda.

I ako Amerika želi postati velika nacija, ovo se mora ostvariti. Zato neka odzvanja sloboda sa vrhova čudesnih brda New Hampshirea. Neka odzvanja sloboda sa moćnih planina New Yorka. Neka odzvanja sloboda sa visokih Alleghenies Pennsylvanije.

Neka odzvanja sloboda sa snijegom pokrivenih Rockiesa Colorada!

Neka odzvanja sloboda sa zakrivljenih kalifornijskih vrhova!

Ali ne samo to: Neka odzvanja sloboda sa Stone Mountainu u Georgiji!

Neka odzvanja sloboda sa Lookout Mountainu u Tennesseeju.

Neka odzvanja sloboda sa svakog brda i krtičnjaka Mississippija. Sa svake planine neka odzvanja sloboda.

I kad sloboda stane odzvanjati, kad stane odzvanjati iz svakog sela i zaseoka, iz svakog grada i države, moći ćemo ubrzati dolazak dana kad će sva Božja djeca, bijelci i crnci, Jevreji i nejevreji, protestanti i katolici, združiti svoje dlanove i pjevati riječi stare crnačke duhovne pjesme:

Napokon slobodni! Napokon slobodni! Hvala Bogu Svemogućem, napokon smo slobodni!“



Slika 8: Prikaz završetka govora „I have a dream“

(Izvor: <https://www.bhdani.ba/portal/arhiva-67-281/200/t20003.shtml>)

Svojim stavovima i idealima promijenio je mišljenje mnogih i pokrenuo je revoluciju za ljudska prava. Iskrenošću i vjerodostojnošću taknuo je svakog slušatelja u srž srca i pridobio ga na svoju stranu nenasilnim putem. Možemo reći da se nije koristio manipulacijom kao Adolf Hitler već je ljude pokušao uvjeravati činjenicama i ukazivao im je da se ondašnji sustav mora mijenjati. Uvjeravanje je koristio za sveopće dobro, a ne za svoje interese potaknute sebičnošću kao što su to činili drugi i kao što to čine mnogi. Njegovi govori bili su bazirani na argumentima što je zahtijevalo puno vremena, napora i racionalnih objašnjenja. U svakom govoru angažirao se maksimalno jer je u njima vidljiva velika doza emocija koja je slušatelje na kraju dirnula. Ljude je motivirao i pozivao da se bore za svoje neotuđivo pravo, a to je sloboda. U svojim daljnjim govorima govorio je protiv rata u Vijetnamu, otvoreno je napadao i kritizirao politiku SAD-a rekavši da su Amerikanci krivi za ubojstvo milijun Vijetnamaca, većinom civila. Ukazivao je da je Vijetnam američka kolonija, te da je jaz između siromašnih i bogatih sve veći. Za SAD je rekao ovo: "Država koja svake godine troši više novca na naoružanje nego na programe koji bi poboljšali život građana je država koja ide ka svojoj duhovnoj smrti." Jednom prilikom je okupljenim ljudima u govoru pod naslovom "Bio sam na vrhu planine" objasnio da mu je Bog pokazao Obećanu zemlju, te da iako on možda u nju neće doći, Afroamerikanci kao narod hoće. (Carson, 1976.)



Slika 9: „I have a dream“ – Martin Luther King, Jr.

(Izvor: <http://www.businessinsider.com>)



Slika 10: „I have a dream“ – Martin Luther King, Jr.

(Izvor: <http://www.businessinsider.com>)

Ovdje moramo još napomenuti kako je svojim govorima, izjašnjavanjem mišljenja, postavljanjem pitanja i širenjem utjecaja počeo na sebe navlačiti preveliku pozornost koja se tadašnjoj vlasti SAD-a nije nimalo svidjela. Iako je primio Nobelovu nagradu za mir, smrtno je stradao u atentatu 4. travnja 1968. godine kada je posjetio Memphis (Tennessee), da bi dao

podršku djelatnicima javnih radova. Tada je imao 39 godina. Preko 300.000 ljudi prisustvovalo je njegovom sprovodu i odalo mu posljednju počast. SAD je kao nacija izgubila jednog od najvećih govornika svoje povijest iako će Kingov govor „I Have A Dream“ postati temelj ljudske borbe za prava i slobodu, te će se za svaku obljetnicu Kingove borbe američki predsjednici isticati kako je Kingov „san“ i njihov san. (Carson, 1976.)

Na nadgrobnoj ploči njegova groba stoje riječi crnačke duhovne pjesme Napokon slobodan: „Free at last, free at last, thank God almighty I'm free at last“ - Napokon slobodan, napokon slobodan, hvala ti svemoćni Bože, napokon sam slobodan. (Carson, 1976.)



Slika 11: Nadgrobni spomenik Martina Luthera Kinga, Jr.

(Izvor: <http://blog.apimages.com>)

8. Istraživanje

U sklopu ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje o komunikacijskom manipuliranju, a koje je realizirano putem interneta pomoću besplatnog alata Forms, dostupnog u cloud servisu Google Drive. Korišteno je kvantitativno i kvalitativno istraživanje pri prikupljanju primarnih podataka putem ankete provedene internetom.

Anketni upitnik je proveden na uzorku od 100 ispitanika koji imaju pristup internetu i koji se koriste društvenim mrežama poput Facebook-a, a stariji su od 18 godina. Razlika u odgovorima rezultat je različitog stava ispitanika prema temi istraživanja, individualnog životnog iskustva i dobi ispitanika. Anketni se upitnik sastojao od 30-ak pitanja otvorenog i zatvorenog tipa (odabir jednog ili više odgovora, da/ne, točno/netočno, te komentar). Istraživanje je započelo 1. ožujka 2016. godine, a završilo je 10. ožujka 2016. godine. Svi odgovori zabilježeni su pomoću alata Forms u cloud servisu Google Drive.

Istraživanje je bilo podijeljeno u 4 kategorije, a to su:

- 1) Općenito o ispitaniku i stavovi ispitanika o manipulaciji
- 2) Komunikacija kao sredstvo manipuliranja i medijska komunikacijska manipulacija
- 3) Interpersonalna komunikacijska manipulacija
- 4) Javni govor i manipulacija

8.1. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog istraživanja je podizanje svijesti ljudi te njihovo upoznavanje s komunikacijskim manipuliranjem kao tehnikom uvjeravanja. Također je cilj istražiti što ljudi misle o komunikacijskom manipuliranju, koliko su svjesni kada netko njima pokušava manipulirati, koriste li se sami tehnikama uvjeravanja u komunikaciji sa drugim osobama, znaju li se obraniti od pokušaja manipuliranja te shvaćaju li da komunikacijsko manipuliranje ima dobre i loše strane. Jedan od ciljeva je osvještavanje da se kroz povijest javljaju osobe koje su svojim komunikacijskim vještinama mijenjale svijet i pretvorile ga u svijet u kojem danas živimo.

8.2. Istraživačka pitanja

- Postoji li razlika između manipulacije i uvjeravanja?
- Možemo li prepoznati kada sa nama netko pokušava manipulirati?
- Kada manipuliramo drugim osobama i zašto to činimo?
- Tko su manipulatori po mišljenu ispitanika? Jesu li to ljudi koji su naučili vještine manipuliranja, jesu li to urođene vještine ili ipak kombinacija naučenih i urođenih vještina?
- Jesmo li svjesni da današnji mediji pokušavaju nama manipulirati?
- Postoje li osobe iz povijesti (koje su utjecale na samu povijest) koje su bile vrsni manipulatori ili osobe koje su se koristile dobro vještinama manipuliranja i uvjeravanja?

8.3. Hipoteze istraživanja

1. Hipoteza - Mišljenje ispitanika je da ne postoji razlika u manipulaciji i uvjeravanju jer manipulaciju poistovjećuju s uvjeravanjem.

2. Hipoteza - Ispitanici shvaćaju da se manipulacija može prepoznati jer većina ispitanika je u životu već doživjela pokušaj manipulacije ili zna i sama manipulirati drugima.

3. Hipoteza - Ispitanici smatraju da drugima manipuliramo kada ih želimo motivirati na specifično ponašanje ili usvajanje određenog stava. Činimo to kako iz vlastite koristi tako ponekad i za dobrobit druge osobe.

4. Hipoteza - Ispitanici smatraju da su manipulatori zlonamjerne osobe koje ne biraju sredstva kako bi došli do svog cilja, te im komunikacijsko manipuliranje predstavlja koristan alat u svom naumu.

5. Hipoteza - Ispitanici su svjesni da današnji mediji nama pokušavaju manipulirati i da na neki način i nama manipuliraju.

6. Hipoteza - Većina ispitanika smatra da su postojale osobe kroz povijest koje su bile vrsni manipulatori.

8.4. Područje istraživanja

Područje istraživanja ovog rada je u sklopu društvene znanosti, grane komunikologije, interpersonalne kao i neverbalne komunikacije, a tema jest komunikacijsko manipuliranje. U samom diplomskom radu spominju se i primjeri manipulacije i uvjeravanja. (Martin Luther King Jr. i Adolf Hitler kao vrsni govornici, motivatori i manipulatori).

8.5. Matrica

Anketni upitnik sastoji se od četiri kategorije. U prvoj kategoriji nalaze se sociodemografska pitanja u kojima se ispitanik izjasnio kojeg je spola, starosti i obrazovanja (općenito o ispitaniku i stavovi ispitanika o manipulaciji). U drugoj kategoriji ispitanika se uvelo u tematiku sa jednostavnijim pitanjima o manipulacijskom komuniciranju i uvjeravanju (komunikacija kao sredstvo manipuliranja i medijska komunikacijska manipulacija). Tražila su se, ponajviše, mišljenja ispitanika općenito o komunikacijskom manipuliranju. U trećoj kategoriji, uslijedila su složenija pitanja koja su dotaknula srž ovog istraživanja, te stavovi ispitanika o komunikacijskom manipuliranju i svjesnost ispitanika o komunikacijskom manipuliranju (interpersonalna komunikacijska manipulacija). U četvrtoj, ujedno i zadnjoj kategoriji, od ispitanika se tražilo da odgovori na par pitanja vezana uz javni govor i manipulaciju. Gornja granica ispitanika ili bila je preko 65 godina.

8.6. Varijable istraživanja

Nezavisne varijable:

- Dob ispitanika
- Spol ispitanika
- Stručna sprema ispitanika

Zavisne varijable:

- Mišljenje ispitanika o komunikacijskom manipuliranju
- Mišljenje ispitanika o manipulaciji i uvjeravanju
- Stav ispitanika o tome tko su manipulatori
- Percepcija ispitanika o medijima kao kanalima manipulacije

8.7. Ograničenja, uzorak i vrijeme

Uzorak u istraživanju bio je prigodni, a ograničenje pristup internetu ispitanika. U istraživanju su se koristile različite grupe ispitanika kako bi se dobili odgovori temeljeni na različitim stavovima koje su ispitanici stekli tijekom života kroz odgoj i obrazovanje. Istraživanje je provedeno u korištenjem internetskog cloud servisa Google Drive, točnije njegove usluge Forms pomoću koje je načinjen anketni upitnik. Obzirom na vrijeme, istraživalo se trenutno stanje stavova i mišljenja ispitanika o komunikacijskom manipuliranju jer se kroz prošlost percepcija o ovoj temi mijenjala kako je spoznaja o njoj rasla. Istraživanje je provedeno u vremenskom roku od 1. ožujka do 10. ožujka 2016. godine.

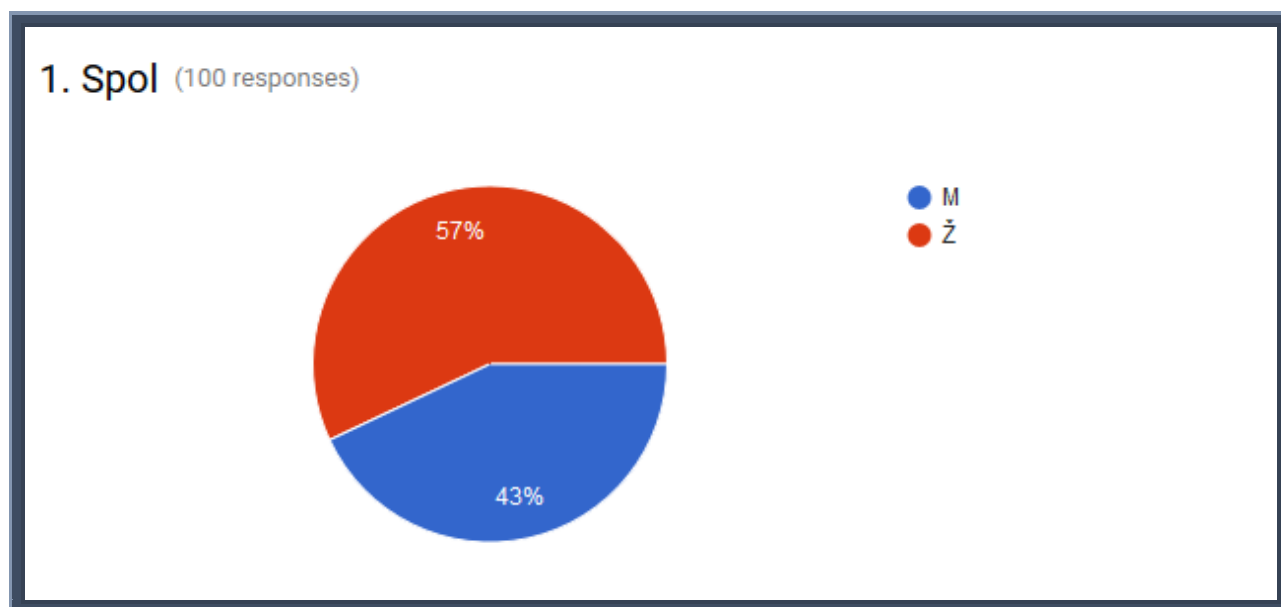
8.8. Očekivana primjenjivost rezultata

Rezultati dobiveni iz ovog istraživanja mogli bi pomoći stručnjacima iz područja komunikologije, odnosa s javnostima te sociologije i psihologije. Stručnjacima iz komunikologije i odnosima s javnošću pomoć bi bila zbog značenja uvjeravanja i manipuliranja u svakodnevnoj interakciji u komunikaciji među ljudima. Stručnjacima iz sociologije i psihologije istraživanje bi ukazalo na broj ispitanika koji i sami ponekad koriste manipulaciju nad drugima te koliko su oni svjesni da to sami čine ili drugi čine njima, koliko je manipulacija moćan alat pojedinca koji želi pod svaku cijenu doći do svog cilja, te koliko seže svijest ispitanika kada je riječ o medijima i pokušaju medijske manipulacije nad nama.

9. Rezultati istraživanja

9.1. Demografski podaci i stavovi ispitanika o manipulaciji

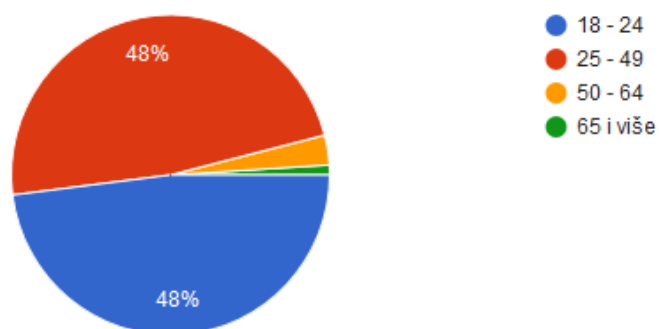
U istraživanju koje je provedeno od 1. ožujka do 10. ožujka 2016. godine ispitano je 100 ispitanika. Veći dio ispitanika pripada ženskoj populaciji, točnije 57% ispitanika je ženskog spola, a 43% muškog.



Graf 1. Prikaz spola ispitanika

S obzirom na činjenicu da je anketa bila provedena samo putem Interneta, najviše ispitanika pripada dobnoj skupini od 18 – 24 godine, njih 48%, te dobnoj skupini od 25 – 49 godina, njih 48%. 3% (3) ispitanika pripada dobnoj skupini od 50 – 64 godine, a 1% (1) dobnoj skupini od 65 i više godina.

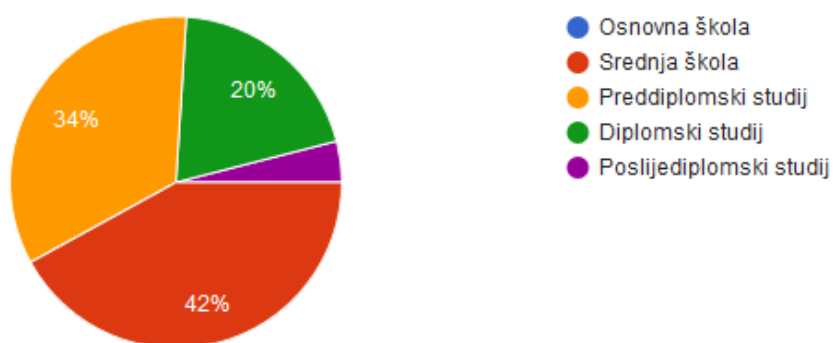
2. Koliko godina imate? (100 responses)



Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika

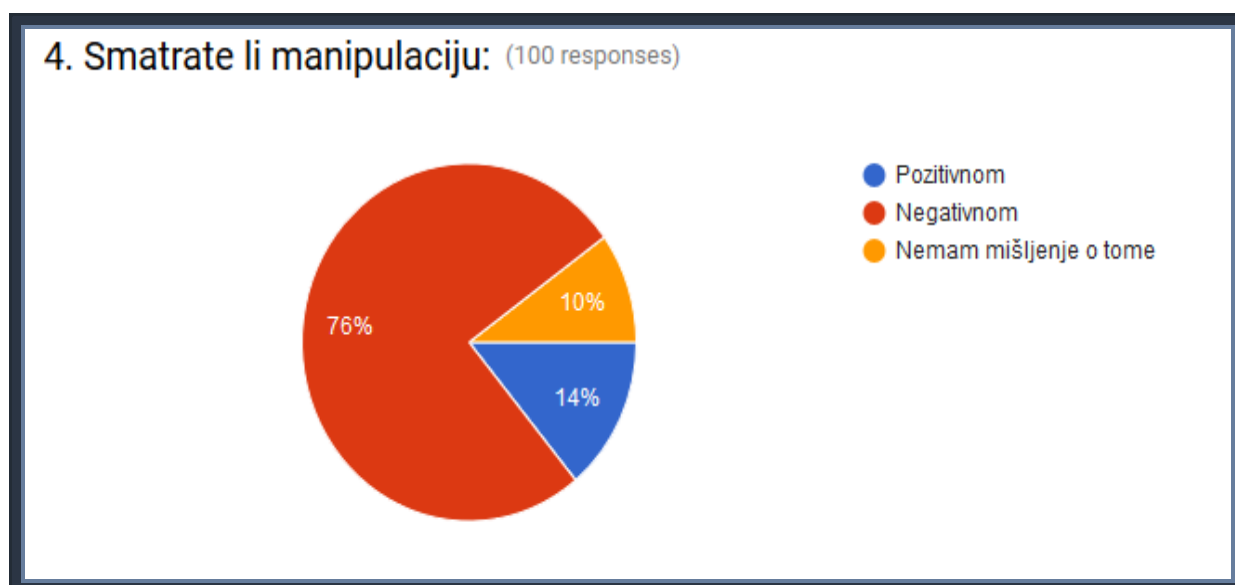
Najveći broj sudionika ankete završio je srednju školu, njih 42%. Preddiplomski studij završilo je 34% ispitanika, diplomski studij završilo je 20% ispitanika, a poslijediplomski studij njih 4%. Nijedan se ispitanik nije izjasnio da ima osnovnoškolsko obrazovanje.

3. Vaš završeni stupanj obrazovanja? (100 responses)



Graf 3. Prikaz završenog obrazovanja ispitanika

Na pitanje: smatrate li manipulaciju (ponuđeni odgovori: pozitivnom, negativnom, nemam mišljenje o tome), 76% ispitanika izjasnilo se da manipulaciju smatra negativnom, 14% da ju smatra pozitivnom, 10% da nema mišljenje o tome.



Graf 4. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li manipulaciju pozitivnom, negativnom, nemam mišljenje o tome?

9.2. Komunikacija kao sredstvo manipuliranja i medijska komunikacijska manipulacija

U drugoj kategoriji ispitanici su, analizom dobivenih rezultata, pokazali da im je komunikacija bitan faktor u međuljudskim odnosima i da je komunikacija licem u lice bolja od komunikacije pomoću suvremene tehnologije. Ispitanicima je govor tijela bitan u komunikaciji, ispitanici smatraju da je najiskreniji oblik komunikacije onaj s bliskim osobama. Ispitanici su neutralnog mišljenja da manipulacija u interpersonalnoj komunikaciji nije svakodnevna pojava, da ljudi rijetko manipuliraju svojim bližnjima, da je jednostavno uočiti manipulaciju od strane bliske i nepoznate osobe, te da su manipulatori većinom zlonamjerne osobe. Ispitanici smatraju da se manipulacijom ponekad možemo koristiti kako bi drugu osobu odgovorili od nekog čina koji šteti njoj ili okolini oko nje, da je manipulacija urođena vještina, da se neke osobe intuitivno znaju koristiti manipuliranjem kako bi došli do svog cilja, da današnji mediji manipuliraju svojom publikom, da je propaganda i u današnje vrijeme sveprisutna u medijima, da je medijsku manipulaciju teže uočiti od interpersonalne, da mediji uspješno manipuliraju s publikom bez obzira na dob, da je televizija kao medij sklona manipuliranju svojih gledatelja, da su Internet i društvene mreže pogodne za medijsku manipulaciju, te da su tiskani mediji skloni manipuliranju svojih čitača. (Tablica 1.)

TVRDNJE	U POTPUNOSTI SE NE SLAŽEM	UGLAVNOM SE NE SLAŽEM	NITI SE SLAŽEM, NITI SE NE SLAŽEM	ULAVNOM SE SLAŽEM	U POTPUNOS TI SE SLAŽEM
Komunikacija je bitan faktor u međuljudskim odnosima.	1%	0%	4%	9%	86%
Komunikacija licem u lice je bolja od komunikacije pomoću suvremene tehnologije (društvene mreže, forumi, video-chat, sms, e-mail).	0%	0%	4%	40%	56%
Govor tijela bitan je u komunikaciji.	1%	1%	10%	28%	60%
Komunikacija s bliskim osobama je najiskreniji oblik komunikacije.	1%	6%	27%	34%	32%
Manipulacije u interpersonalnoj komunikaciji nisu svakodnevna pojava.	18%	25%	38%	14%	5%
Ljudi vrlo rijetko manipuliraju svojim bližnjima.	19%	28%	40%	11%	2%
Jednostavno je uočiti manipulaciju od strane bliske osobe.	6%	20%	35%	27%	12%
Jednostavno je uočiti manipulaciju od strane nepoznate osobe.	13%	23%	38%	20%	6%
Manipulacijom ponekad možemo pomoći drugoj osobi kako bi ju odgovorili od nekog čina koji šteti njoj ili okolini oko nje.	2%	2%	28%	41%	27%
Manipulacija je urođena vještina.	16%	3%	11%	38%	47%

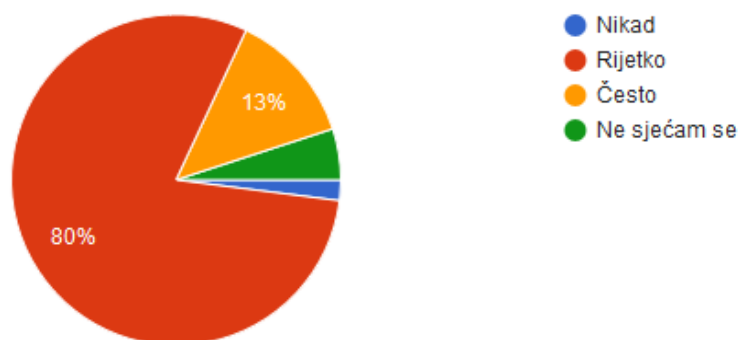
Neke osobe intuitivno znaju kako manipuliranjem doći do svog cilja.	1%	3%	11%	38%	47%
Manipulatori većinom nisu zlonamjerne osobe.	12%	32%	53%	2%	1%
Današnji mediji manipuliraju svojom publikom.	0%	1%	11%	16%	72%
Propaganda je i u današnje vrijeme sveprisutna u medijima.	1%	0%	3%	27%	69%
Medijsku manipulaciju teže je uočiti od interpersonalne.	13%	25%	21%	28%	13%
Mediji uspješno manipuliraju s publikom bez obzira na dob.	0%	13%	12%	34%	41%
Televizija kao medij je sklon manipuliranju svoje publike.	0%	2%	10%	35%	53%
Internet i društvene mreže pogodne su za medijsku manipulaciju.	0%	0%	12%	35%	53%
Tiskani mediji su skloni manipuliranju svojih čitača.	0%	0%	27%	37%	36%

Tablica 1. Videnje komunikacije, manipulacija i medijska manipulacija

9.3. Interpersonalna komunikacijska manipulacija

80% ispitanika se izjasnilo da su rijetko u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje, 13% ispitanika smatra da su često u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje, 5% ispitanika se izjasnilo da se ne sjeća ako su u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje, a 2% ispitanika se izjasnilo da nikad u svom životu nisu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje.

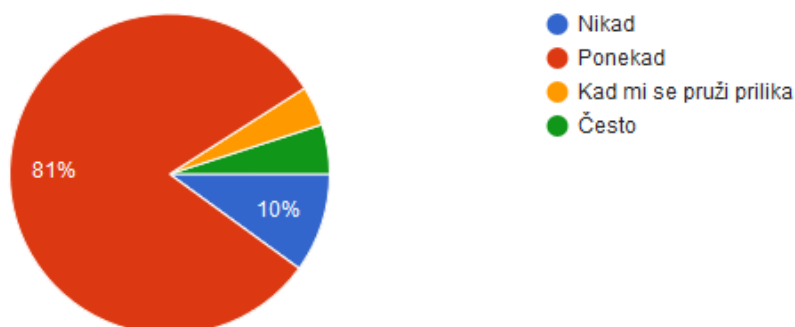
6. Jeste li u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje? (100 responses)



Graf 5. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje?

81% ispitanika izjasnilo se da je pokušalo nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje, 10% ispitanika se izjasnilo da nikad nije pokušalo nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje, 5% ispitanika se izjasnilo da je često pokušalo nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje, a 4% ispitanika se izjasnilo da je pokušalo nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje kada im se pružila prilika.

7. Jeste li ikad pokušali nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje? (100 responses)



Graf 6. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li ikad pokušali nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje?

Na pitanje „Smatrate li da posjedujete moć manipuliranja?“, 39,4% (39) ispitanika se izjasnilo da možda posjeduje moć manipuliranja, 26,3% (26) ispitanika se izjasnilo da posjeduje moć manipuliranja, 20,2% (20) se izjasnilo da ne zna ako posjeduje moć manipuliranja i 14,1% (14) ispitanika se izjasnilo da ne posjeduje moć manipuliranja.

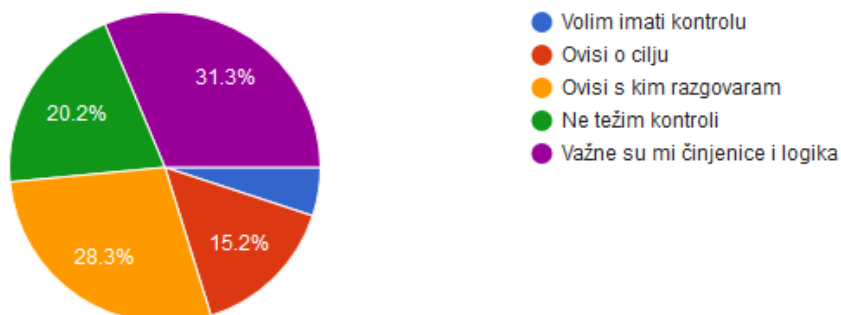


Graf 7. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da posjedujete moć manipuliranja?

31,3% (31) ispitanika izjasnilo se da su im prilikom komuniciranja važne činjenice i logika, 28,3% (28) ispitanika izjasnilo se da im je važno imati kontrolu nad komunikacijom ovisno o tome s kim razgovaraju, 20,2% (20) ispitanika se izjasnilo da ne teži kontroli prilikom komuniciranja, 15,2% (15) ispitanika se izjasnilo da im je kontrola u komunikaciji bitna ovisno o cilju, a 5,1% (5) ispitanika se izjasnilo da vole imati kontrolu tijekom komunikacije.

9. Koliko Vam je važno imati kontrolu nad komunikacijom kada komunicirate s drugim osobama?

(100 responses)

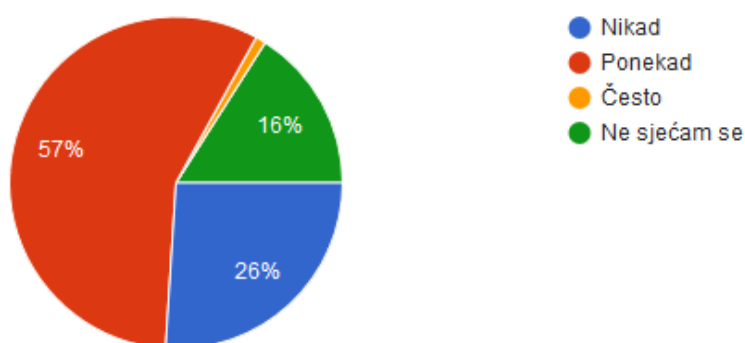


Graf 8. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Koliko Vam je važno imati kontrolu nad komunikacijom kada komunicirate s drugim osobama?

57% ispitanika izjasnilo se da su ponekad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko im se ona pružila, 26% ispitanika se izjasnilo da nikad nisu iskoristili tuđu dobrotu kada im se ona pružila, 16% ispitanika ne sjeća se kada su/ako su iskoristili tuđu dobrotu kada im ona pružila i 1% ispitanika se izjasnilo da je često iskorištavalo tuđu dobrotu kada im se ona pružila.

10. Jeste li ikad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko Vam se ona pružila?

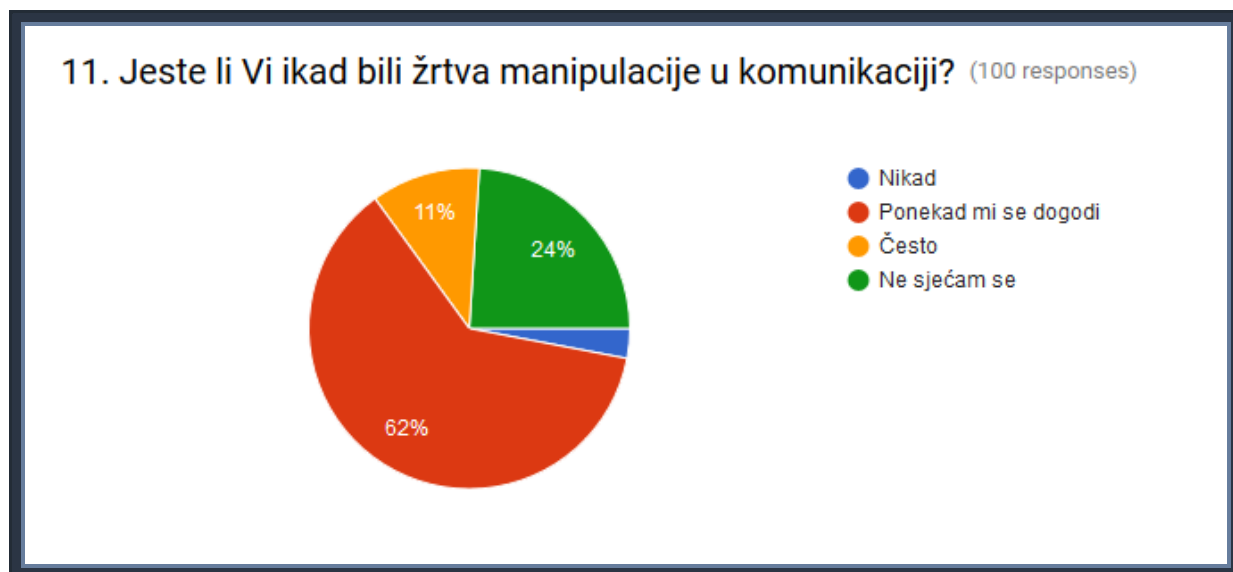
(100 responses)



Graf 9. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li ikad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko Vam se ona pružila?

62% ispitanika izjasnilo se da su ponekad bili žrtve manipulacije u komunikaciji, 24% ispitanika se ne sjeća kada su/ako su bili žrtve manipulacije u komunikaciji, 11% ispitanika se

izjasnilo da su često bili žrtve manipulacije u komunikaciji, a 3% ispitanika izjasnilo se da nikad nisu bili žrtve manipulacije u komunikaciji.



Graf 10. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li Vi ikad bili žrtva manipulacije u komunikaciji?

Na pitanje „Je li u današnje vrijeme manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli?“, 36% ispitanika se izjasnilo da je manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli, 32% ispitanika se izjasnilo da manipulacija nije nužna za uspjeh u životu, te se 32% ispitanika izjasnilo da nisu sigurni ako je manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli.



Graf 11. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Je li u današnje vrijeme manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli?

9.4. Javni govor i manipulacija

U ovom dijelu anketnog upitnika, ispitanike se zamolilo da pogledaju kratak video uradak koji je prikazivao javni govor Adolfa Hitlera i Martina Luthera Kinga, Jr. (I have a dream), te da odgovore na dalje postavljena pitanja i tražena obrazloženja. Govori su preuzeti sa mrežne usluge Youtube.

92% ispitanika smatra da je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i javni govornik, 6% ispitanika nije sigurno ako je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i javni govornik, a 2% ispitanika smatra da Adolf Hitler nije bio vrsni manipulator i javni govornik.



Graf 12. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i javni govornik?

U daljnjem dijelu ovog istraživanja, od ispitanika se tražilo da ukratko obrazloži zašto misli da je Adolf Hitler bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik. Od 100 ispitanika, 52 ispitanika obrazložili su svoj odgovor, a većina ispitanika smatra da je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i javni govornik u ondašnjem vremenu u kojemu je živio.

14. Obrazložite svoj odgovor zašto mislite da je on bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik.

(52 responses)

Govor, pokreti tijela i same riječi bile su uvjerljive. Perfektna uskladenost tehnika komunikacije i manipuliranja.

- uvjerljivost prilikom nastupa, uferanost u temu

zbog karizme

Bio je vrsni javni govornik jer je imao odličnu dikciju, gestikulaciju i mimiku prilikom govora te izuzetan način pristupa masama. Bio je bez straha od javnih nastupa pred gomilama i u mogućnosti održavati duge fanatične govore koji nisu bili unaprijed pisani i pripremljeni. Vrsni manipulator je bio zbog toga što je javnosti postepeno usadivao vlastitu viziju tokom svojih govora i uz pomoć propagande...

Vrlo uspješan govornik, da je bio pozitivan, bio bi omiljen

Boja, jčina, tempo govora i neverbalna komunikacija su mu pridonosili da bude dobar govornik i da ima moc manipulacije

Uspio manipulirati velikim brojem ljudi, čitavom nacijom

jer je pridobio masu ljudi na svoju stranu koja su bila manipulirana s njegove strane

Bil je rođen da bude manipulator .

Uspješno je mobilizirao je gotovo čitavu naciju u najgore krvoproliće ikad.

da nije nebi tolko toga se desilo njegovom zapovijedi

Način govora, gestikulacija, ukičena pozadina koja je djelovala na ljude podsvjeno kako bi pridobili narod i ostvarili svoje ciljeve.

Mislim da je bio talentiran govornik, ali nipošto nije bio vrhunski. Njegovi govori su bili shematski, jednoobrazni. Hitler je govorio uvijek na isti način, počinjao je istim tempom i isto završavao. Kad čuješ jedan njegov govor, čuo si ih sve. Rijetko ćeš čuti da je u svojim govorima upotrebio neku suptilniju figuru, stil mu je bio prilično suhoparan.

Znao je svojim govorima pobuditi interes publike i uvjeriti ih u istinitost i nuznost svojih ciljeva.

Da nije bio, možda 2. sv. rata nebi ni bilo. Navedene karakteristike su bitne kod svakog karizmatičnog vođe.

Vješto je pripremao svoje govore, znao je kako mase funkcioniraju.

Siguran nastup, držanje, energičnost, uvjerljivost

Što je broj ljudi veći, to je lakše njima manipulirati. Hitler je izvrsno manipulirao masu onime što je željela čuti. A još je bolje iskorištavao i kreirao situacije koje su ljude dovodile do njemu pogodnih zaključaka. Odlično je koristio i planiranu i trenutačnu situaciju što se vidi iz ciljeva koje je postigao.

Bio je vrsni manipulator. Imao je jasan stav, čvrst govor koji je upotpunio s govorom tijela.

Smatram da je Adolf Hitler bio dobar govornik, tj. svojim nastupom i neverbalnom komunikacijom imao je moć uvjeravanja ljudi da vjeruju u njegove ciljeve i gledajući priloženi video smatram da je imao čvrsti "stav" prilikom govora zbog čega djeluje sigurno u ono što govori. Adolf Hitler ne djeluje da govori "iz srca" nego ima jaki gard što mu govore čini jačim nego da ih je "čitao" i "govorio" neki drugi govornik.

Teško, s ove vremenske distance analizirati takvu pojavnost. Skloniji sam analizi povijesnih činjenica od strane struke (povjesničara) temeljem kojih bi se moglo zaključiti da su njegove osobine prvenstveno genetski uvjetovane, pa nakon toga tek vrijeme i okolina u kojoj je živio i naposljetku pritisak bližih istomišljenika koji su od njega očekivali "previše" obzirom na njegova, često puta, suluda obećanja... Suštinski, bio je svjestan svoje "manipulativne snage" koja vodi do cilja ne pitajući za žrtve.

Uspio je navesti milijune ljudi da ubijaju jedni druge.

Primjenjujući strategiju kolektivne psihologije polučio je efekt manipulacije masom. Tonom i patetikom korištenom u retorici upotrebljavao je riječi koje pobuđuju emocije svjestan da argumenti, brojevi, činjenice i statistika neće izazvati pozitivnu reakciju mase.

Hitlera je jako teško svrstati u kategoriju vrhunskih govornika. On je u svakom slučaju bio vrhunski manipulator, no po mome skromnom sudu veći je utjecaj na masu imao putem svojim pisanih djela no svojih javnih nastupa. Dakako, u obzir treba uzeti i da se radi o političkom govoru, koji u ratno vrijeme propagira određen policy i ideologiju nadrase. Ako se Hitlera promatra kao govornika isključivo s obzirom na uspješnost širenja ideologije nadrase u nestabilnom geopolitičkom okruženju, može se zaključiti da je solidan govornik.

Covijek zna šta govori, šta treba reci...

Svaka osoba koja prepoznaje okolinu i probleme u njoj, teznje i nadanja mase te tomu podredi svoje obraćanje javnosti jest vrstan govornik; treba prepoznati što ljudi žele čuti.

Osjetio je nepravdu koju je doživio Njegov narod nakon I svj. rata, a došao je do tajnih znanja.

ne bi imao toliki broj sljedbenika da nije bio odličan manipulator i govornik. jer je toliko ljudi uspio uvjeriti da je činjenje zločina ispravno

NEOBRAZOVANOST I NISKI STANDARD LJUDI TOGA VREMENA

Uspio je nagovoriti ljude da glasaju za njega

Jer je bio karizmatičan, znao je kako pridobiti pozornost i iskoristiti je.

Karizmatičan kao osoba, iskoristio političko nezadovoljstvo za manipulaciju mase

Svojim teatralnim nastupima, gestikulacijom i jačinom glasa, te uživljavanjem u svoje govore uspio je pridobiti mase.

Iskoristio je povijesni trenutak, ekonomsku i socijalnu situaciju, te govorio masam ono što one žele čuti.

Koristio je vrlo emocionalni govor u svom djelovanju. Često se poistovjećivao s publikom s ciljem da ih pridobije i koristio je moć svojeg glasa kao jamac da ono što govori je istina i ispravno ili nužno.

Način govora, gestikulacija, ukičena pozadina koja je djelovala na ljude podsvjeno kako bi pridobili narod i ostvarili svoje ciljeve.

Mislim da je bio talentiran govornik, ali nipošto nije bio vrhunski. Njegovi govori su bili shematski, jednoobrazni. Hitler je govorio uvijek na isti način, počinjao je istim tempom i isto završavao. Kad čuješ jedan njegov govor, čuo si ih sve. Rijetko ćeš čuti da je u svojim govorima upotrebio neku suptilniju figuru, stil mu je bio prilično suhoparan.

Znao je svojim govorima pobuditi interes publike i uvjeriti ih u istinitost i nuznost svojih ciljeva.

Da nije bio, možda 2. sv. rata nebi ni bilo. Navedene karakteristike su bitne kod svakog karizmatičnog vođe.

Bio je uvjerljiv, sveprisutan i autoritet. Fotografije i snimke uglavnom su snimane iz donje perspektive, a gestikulacija i držanje su čvrsti, što je omogućilo da i putem medija dodatno dovede pristaše do euforije. Međutim, ne smije se zanemariti značaj Ministarstva propagande u jačanju nacizma i stvaranju Hitlerova kulta ličnosti.

Adolf Hitler jest koristio brojna druga energetska sredstva putem kojih je manipulirao. On ti nije najbolji primjer. Čak i vrhunski povjesničari naglašavaju znanje njegovih suradnika o crnoj magiji itd.. Govor je bio mali dio njegove manipulacije

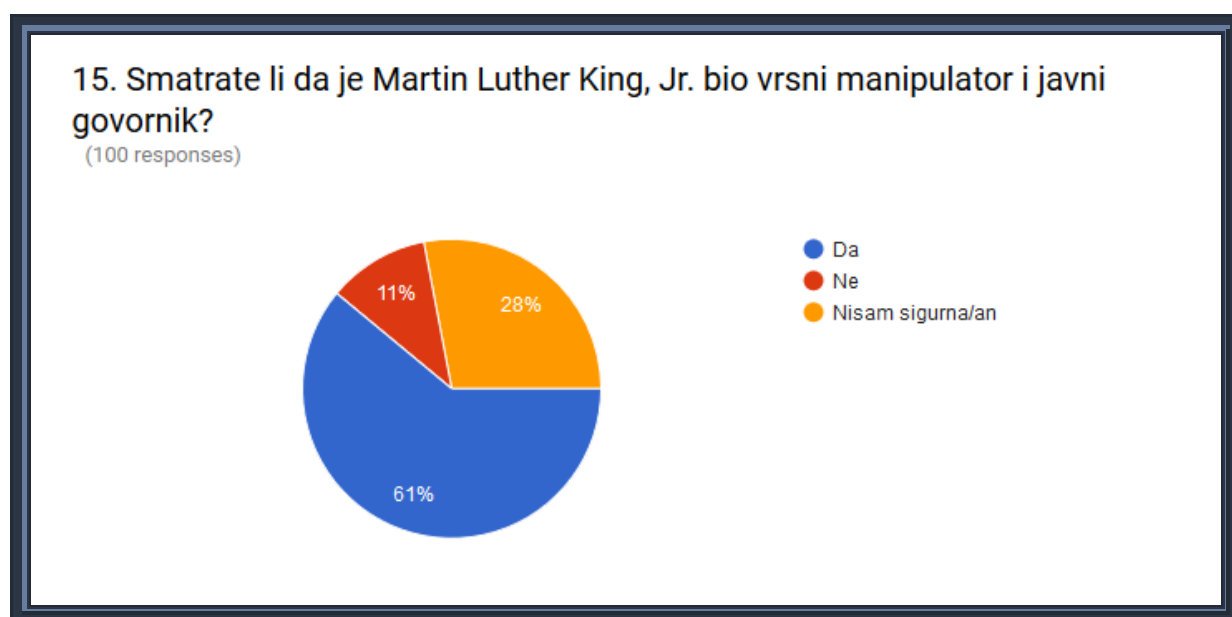
Uspio je pridobiti mnoge ljude da vjeruju u njegovu ideju i cilj kako manipulacijom tako i svojim govorima

poistovjećuje se z obicnim pukom koji nema za kruh i servira im lazne nade spasenja

Osoba koja uspije svoje ciljeve, koji nikako nisu dobronamjerni već su pkod čiste želje za osobnim postignućem i satisfakcijom, prikazat kao plemenite, zasigurno je vješt manipulator.

Slika 12. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Zašto mislite da je Adolf Hitler bio ili nije bio vrsni govornik i manipulator?

61% ispitanika smatra da je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik, 28% ispitanika izjasnilo se da nije sigurno ako je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik, a 11% ispitanika smatra da Martin Luther King, Jr. nije bio vrsni manipulator i javni govornik.



Graf 13. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik?

Kao i u prošlom dijelu ovog istraživanja, i u ovom se dijelu od ispitanika tražilo da ukratko obrazloži zašto misli da je Martin Luther King, Jr. bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik. Od 100 ispitanika, 42 ispitanika obrazložili su svoj odgovor, a većina ispitanika smatra da je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik u ondašnjem vremenu u kojemu je živio. Nekolicina ispitanika ipak misli da nije bio manipulator u negativnom smislu kao što je to bio Adolf Hitler, ali da je bio jako dobar javni govornik, te da je svojim idejama na pozitivan način mijenjao svijet.

16. Obrazložite svoj odgovor zašto mislite da je on bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik.

(42 responses)

Dobar odabir rijeci i uvjerljivost, u "pozitivne" svrhe.
- govor je iskren i topao, bez potrebe za manipuliranjem
King je također bio vrsni govornik, odlične dikcije, mimike i gestikulacije. Ono što ga razlikuje od Hitlera jest cilj i način da se do njega dođe. King nije koristio silu već mirne prosvjede i nije nametao svoju ideju već je pokušao prenijeti ljudima svoju misao u nadi da će doći do promjene. U Kingovom slučaju riječ "manipulator" bi trebala izgubiti negativan prizvuk.
On je primjer omiljenog odličnog govornika i zato je bio dobar vođa
Imao je malo smireniji nastup od Hitlera ali ta njegova smirenost je zapravo bila moc za manipuliranje
Uspio prenijeti svoju poruku velikom broju ljudi.
Bio je karizmatičan, usredotočio se na određenu skupinu i pokušao im prikazat viziju onog o čemu su svi sanjali i šta su svi priželjkivali, pa bi se možda moglo reći da je na neki način vršio i manipulaciju, al sa plemenitim ciljevima za razliku od Hitlera :D
Znao je iskoristiti politicku situaciju i izložiti misljenje vecine.
Te karakteristike čovjek mora imati želi li doći do svog cilja. On je u tome uvelike uspio. Kod njega se radi o vrsti manipulacije koja nije negativna ili barem nije negativna u mjeri kao kod Hitlera.
Empatija, suosjećanje. Ali isto tako donosio je i donio je ljudima ono što su trazili - prava, slobodu sto je u ono vrijeme bilo još traženije nego danas
Svatko od njih je bio vrsni govornik i manipulator jer postohe i negativna i pozitivna manipulacije te u situacijama gdje su potrebni sljedbenici ideje uvijek moraju biti zapakirane i dobro iznesene sto je vrsta manipuliranja
Afro-amerikanci su isto bili očarani Lutherovom karizmom i načinom govora, zato je i postao takva javna ličnost.
Dobar i prigodan način komunikacije.
Martin Luther je bio veliki govornik koji nije zloupotrebljavao svoju sposobnost manipuliranja. Odnosno, svoje umijeće je koristio za dobro.
Nisam siguran jer ga nisam dovoljno proucavao da bi dao kompetentan odgovor.

Ovo je najpoznatiji govor u povijesti. Smatram da za razliku od Adolfa Hitlera koji ima jaku neverbalnu komunikaciju Martin Luther King svojim glasom daje dojam vrsnog govornika te duhovnog čovjeka. Za razliku od Adolfa Hitlera koji djeluje kao i vrsan manipulator kao i govornik, za Martina Luthera Kinga ne mogu reći da je bio manipulator te govori "iz srca".

M. L. King imao je "san", imao je cilj ne uzdizati samo svoj narod, smireno, poštujući svako biće na samo opredjeljenje, bez obzira na boju kože, porijeklo, vjeroispovjest... Također iz zapisa povjesničara dalo bi se zaključiti da je kao osobnost, u kompleksnom obimu, bio totalna suprotnost A. Hitleru.

Nije bio vrsni manipulator, ali je bio odličan govornik. Ako netko vjeruje u to što govori, onda nije manipulator.

Inspirativni govori na temu rasne diskriminacije polučili su cilj uvažavajući etičnost, istinitost i moralnost govornika.

Ponovo, radi se o političkom govoru, a ako kao premisu uzmemo da uspješan i kvalitetan politički govor mora sadržavati jasan policy ali i emociju koja taj policy nadopunjava i "prodaje" masi, može se reći da je govor Martina Luthera Kinga nešto kvalitetniji od Hitlerovih istupa. Dakako, u obzir treba uzeti i kontekst vremena, no bez obzira na različitosti konteksta vremena i sociološke pozadine navedenih retoričkih istupa o kojima je riječ, Luther King je po mom mišljenju bolji govornik jer je uspješnije prenio potrebnu emociju.

Svaka osoba koja prepoznaje okolinu i probleme u njoj, teznje i nadanja mase te tomu podredi svoje obraćanje javnosti jest vrstan govornik; treba prepoznati sto ljudi ze le cuti.

Kao Sto Je Hitler za svoj narod, tako je MLK za svoju rasu i iz tog Je crpio motivaciju za oslobodjenje.

govornik je bio vrsni - jer se i dan danas često citira njegov govor. manipulator mislim da nije bio

Isto kao i Hitler (u kontekstu javnog govora, jasno, ne cilja).

Bio je vrstan govornik, ali ne i manipulator, jer se borio za jednakost između rasa ne pozivajući na sukob, nego rješavanje tog pitanja mirnim putem.

Manipulaciju smatram negativnom "pojavom", M. L. King je bio borac za pozitivne promjene u američkom i svjetskom društvenom poretku - dakle nije bio manipulator.

Bio je dobar govornik, govorio je o jednakosti koju je njegov narod priželjkivao, ali nije bio manipulator.

Svaki uspješan govornik bar donekle posjeduje vještinu manipulacije. U koju svrhu će ju koristiti ovisi o tome kakva je osoba te kakva su mu/joj uvjerenja.

Djelovao je iskreno i dobronamjerno

Slika 13. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Zašto mislite da je Martin Luther King, Jr. bio ili nije bio vrsni govornik i manipulator?

10. Analiza Hipoteza

1. Hipoteza - Mišljenje ispitanika je da ne postoji razlika u manipulaciji i uvjeravanju jer manipulaciju poistovjećuju sa manipulacijom.

Analizom istraživanja vidljivo je da ispitanici manipulaciju poistovjećuju sa uvjeravanjem. Na pitanje „Smatrate li da je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik?“, 61% ispitanika se izjasnilo da smatra kako je Martin Luther King bio manipulator. To nije točno jer u svojim javnim govorima koristio se uvjeravanjem, a ne manipulacijom. U daljnjem dijelu se od ispitanika očekivalo da ukratko objasni zašto smatra ili ne smatra da je Martin Luther King bio vrsni manipulator ili javni govornik. Analizom dobivenih odgovora vidljivo je da su neki ispitanici (njih 7) naglasili kako ne smatraju da je Martin Luther King bio manipulator, no većina ispitanika nije manipulaciju povezala sa negativnim prizvukom koji ona za sobom nosi jer se u današnje vrijeme manipulacija kao pojam često poistovjećuje sa pojmom uvjeravanja.

2. Hipoteza - Ispitanici shvaćaju da se manipulacija može prepoznati jer većina ispitanika je u životu već doživjela pokušaj manipulacije ili zna i sama manipulirati drugima.

Stav većine ispitanika je da se manipulacija može prepoznati. Analizom odgovora na pitanje „Jeste li Vi ikad bili žrtva manipulacije u komunikaciji?“ vidljivo je da je 62% ispitanika bilo žrtva manipulacije u komunikaciji. Na pitanje „Smatrate li da posjedujete moć manipuliranja?, 26,3% ispitanika smatra da ima moć manipuliranja dok 39,4% ispitanika smatra da možda posjeduje moć manipuliranja. Na pitanje „Jeste li ikad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko Vam se ona pružila?“, 57% ispitanika izjasnilo se kako ponekad iskoristi tuđu dobrotu ukoliko im se ona pruža ili ju je u svom životu ponekad iskoristilo.

3. Hipoteza - Ispitanici smatraju da drugima manipuliramo kada ih želimo motivirati na specifično ponašanje ili usvajanje određenog stava. Činimo to kako iz vlastite koristi tako ponekad i za dobrobit druge osobe.

Većina ispitanika se sa ovom tezom složila. Na tvrdnju „Manipulacijom ponekad možemo pomoći drugoj osobi kako bi ju odgovorili od nekog čina koji šteti njoj ili okolini oko nje“, 41% ispitanika izjasnilo se da se uglavnom slaže sa ovom tvrdnjom, a 27% ispitanika se izjasnilo da se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom. I ovdje je vidljivo da ispitanici manipulaciju poistovjećuju sa uvjeravanjem i utjecajem koji ne mora nužno biti manipulacija.

4. Hipoteza - Ispitanici smatraju da su manipulatori zlonamjerne osobe koje ne biraju sredstva kako bi došli do svog cilja, te im komunikacijsko manipuliranje predstavlja koristan alat u svom naumu.

Ovu hipotezu nismo dokazali jer se većina ispitanika neutralno izjasnila o tome tko su za njih manipulativne osobe. Na tvrdnju „Manipulatori većinom nisu zlonamjerne osobe“, 53% ispitanika se izjasnilo kako se niti ne slažu niti se slažu sa ovom tvrdnjom.

5. Hipoteza - Ispitanici su svjesni da današnji mediji nama pokušavaju manipulirati i da na neki način i nama manipuliraju.

Ispitanici su svjesni da se većina medija služi manipulacijom i propagandom kako bi mijenjali naša mišljenja i stavove neovisno o dobi. Na tvrdnju „Današnji mediji manipuliraju svojom publikom“, 72% ispitanika se u potpunosti složilo sa ovom tvrdnjom.

6. Hipoteza - Većina ispitanika smatra da su postojale osobe kroz povijest koje su bile vrsni manipulatori.

Prema dobivenim odgovorima u kojima se od ispitanika očekivalo da svojim riječima pobliže objasni zašto smatra da su Adolf Hitler i Martin Luther King, Jr. bili vrsni manipulatori i javni govornici, vidljivo je kako većina ispitanika uviđa razliku između javnih govora Adolfa Hitlera i Martina Luthera Kinga, Jr. Adolfa Hitlera smatraju manipulatorom (52 odgovora) koji je svojom sebičnošću i bolesnim idejama stekao moć i nanio veliku štetu svijetu na okrutan i neljudski način dok većina ispitanika smatra (njih 38) da je King bio vrsni javni govornik pa čak i manipulator, ali da se borio za ljudska prava i za svoj narod, te da je polako mijenjao svijet oko sebe na bolje bez agresivnosti i okrutnosti.

11. ZAKLJUČAK

Komunikacija se razvijala kroz povijest ljudskog roda i poprimala je razne oblike kako bi došla do izgleda koji ima danas. Današnja komunikacije se i dalje razvija i razvijat će se u nedogled sukladno razvoju čovjeka koji teži boljoj komunikaciji, bržem protoku informacija i sve većoj i većoj točnosti tih informacija. Iako je ona dogovoren oblik znakova, ti znakovi se mijenjaju i nadopunjavaju cijelo vrijeme. Komunikacija je neizbježna u svakom međuljudskom odnosu i kontaktu jer se preko nje prenose stavovi, ideje, razmišljanja itd. Najbitniji faktori u komunikaciji su pošiljalac poruke i primalac poruke. Pošiljalac poruke mora znati unaprijed kakvu poruku šalje primatelju poruke, a primalac mora pokušati poruku razumjeti i dokučiti njen sadržaj očima pošiljalca poruke. Kao što je već bilo spomenuto u uvodu ovog diplomskog rada, postoje ljudi koji se služe komunikacijom da bi mijenjali naše stavove, ideje i ponašanje kako njima to odgovara. Te osobe zovemo manipulatorima.

U životu ćemo se susretati s takvim osobama, podvojenim ličnostima koje koriste svaku priliku da sebi poboljšaju kvalitetu života bez obzira na ljude i okolinu oko sebe, bez obzira na tuđe emocije ili posljedice koje bi mogle uzrokovati njihove akcije. Takve osobe traže moć i kontrolu nad svojim žrtvama koje iskorištavaju do posljednje kapi, a kad su iscijedili i zadnju kap, zadnju trunku pozitivne energije u nekoj osobi, odbacuju je bez osvrta. Komunikacija se u današnje vrijeme razvila u znanstvenu disciplinu, te je tako analiza svih poznatih tehnika manipuliranja uvidjela svijetlost dana. Pošto su tehnike manipuliranja razotkrivene, objašnjene i znanje o njima dostupno je široj javnosti, svaka osoba se može naučiti kako prepoznati manipulatora i pokušaj manipulacije kako bi zaštitila samu sebe od takvih osoba.

Kroz povijest su postojale slavne ličnosti koje su tehnike manipuliranja uspjele pretvoriti u glumu vrijednu Oscara, iako se ovdje ne radi o profesionalnim glumcima već o moćnim pojedincima čije su odluke promijenile ovaj svijet na bolje ili na loše. Takve osobe javljaju se i danas, te svoj trag ostavljaju i u našoj svakodnevici jer se nalaze na visokim političkim pozicijama i kroje sudbinu svih nas. Neki od njih koriste svoj dar komuniciranja kako bi stvorili sebi lagodan život otvarajući pritom vrata prema vrhu društvene piramide jer su gladni moći koja dolazi većom pozicijom u hijerarhiji i na žalost, novcem. Na svu sreću, i u prošlosti i u sadašnjosti pa tako i budućnosti postojati će osobe koje taj dar koriste kako bi pomogle drugima. Takvi pojedinci se bore svom snagom za prava svakog od nas na ovom svijetu, daju sve od sebe da svima nama omoguće ravnopravnost u očima drugih i u očima

zakona postavljenog i napisanog ljudskom rukom. Nerijetko zbog svojih ispravnih ideala, stavova i uvjerenja padaju na koljena pred zloćudnosti ovog svijeta i sistema, ali na nama je odgovornost da pružimo podršku takvim osobama jer uz njih možemo promijeniti svijet na bolje.

Jedan čovjek za sebe samo je individualac izgubljen u masi, ali skup individualaca može pokrenuti promjene koje će utjecati na sudbinu i budućnost ljudskog roda i svijeta u kojem živimo. Čvrsto se nadam da će taj svijet postati mirnije mjesto od ovoga što je danas jer očito je da ljudski rod ne poznaje svoje vrijednosti koje u sebi nosi niti shvaća težinu izgovorene riječi i utjecaj kojeg ona ima na okolinu svakog čovjeka koji u ovom svijetu živi.

You may say I'm a dreamer
But I'm not the only one
I hope some day you'll join us
And the world will be as one
(Jonh Lennon, Imagine)

Prijevod:
Možeš reći da sam sanjar
Ali u tome nisam sam
Nadam se da ćeš nam se pridružiti jednom,
I da će svijet živjeti kao jedno,
U kojem ni ti nećeš biti sam

12. POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Domarus, M. (2007.): The Complete Hitler - A Digital Desktop Reference to His Speeches & Proclamations 1932–1945.
2. Clayborne Carson (1976.): The autobiography of Martin Luther King, Jr., Grand Central Publishing.
3. Amory D. Manipulation (2013.): Handbook of Social and Psychological Manipulation. Edgard Adriaens, Belgium.
4. Čerepinko D. Komunikologija (2012.): Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin.
5. Lamza-Maronić M. Glavaš J (2008.): Poslovno komuniciranje, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.
6. Reardon, K. K. (1998.): Interpersonalna komunikacija. ALINEA, Zagreb.
7. Rouse, M. J., Rouse S. (2005.): Poslovno komuniciranje, Masmedia, Zagreb.
8. Hiriyogen, M.F. (2015.): Zlouparaba slabosti i druge manipulacije, AGSM Zagreb.

Web stranice:

1. Definicija pojma manipulacije preuzeto sa: <http://www.etymonline.com>, 13.03.2016.
2. Definicija pojma masovne komunikacije, preuzeto sa: <http://www.zorantomic.net>, 13.03.2016.
3. Mein Kampf, preuzeto sa: <http://www.scribd.com/doc/232605791/Mein-Kampf-Na-Hrvatskom#scribd>, 13.03.2016.
4. Proces komunikacije od izvora do primatelja, preuzeto sa: <http://www.tba.ba/komunikacijski.php>, 13.03.2016.
5. Ilustrirani prikaz komunikacijskog manipuliranja, preuzeto sa: <http://www.social-consciousness.com>, 13.03.2016.
6. Slika karakteristika manipulatora u normalnoj i stresnoj situaciji, preuzeto sa: <http://www.psychsongs.com/charming.htm>, 13.03.2016.
7. Primjer javnog govora Adolfa Hitlera, uvježbavanje govora za javni nastup Adolfa Hitlera, preuzeto sa: <http://www.bbc.co.uk/timelines/zsmm6sg>, 13.03.2016.

8. Fotografija poznate izjave Martina Luthera Kinga o obrazovanju, preuzeto sa: <https://mrmck.wordpress.com>, 13.03.2016.
9. Završetka govora „I Have A Dream“, preuzeto sa: <https://www.bhdani.ba/portal/arhiva-67-281/200/t20003.shtml>, 13.03.2016.
10. Prikaz održavanja govora „I Have A Dream“, preuzeto sa: <http://www.businessinsider.com>, 13.03.2016.
11. Fotografija nadgrobnog spomenika Martina Luthera Kinga, preuzeto sa: <http://blog.apimages.com>, 13.03.2016.

Popis tablica

Tablica 1. Viđenje komunikacije, manipulacija i medijska manipulacija.....	56
--	----

Popis slika

Slika 1: Proces komunikacije od izvora do primatelja	7
Slika 2: Komunikacijsko manipuliranje	20
Slika 3: Karakteristike manipulatora u normalnoj i stresnoj situaciji	25
Slika 4: Primjer javnog govora A.Hitler	40
Slika 5: Primjer javnog govora A.Hitler	41
Slika 6: Primjer uvježbavanja javnog nastupa, A.Hitler	42
Slika 7: Poznata izjava Martina Luthera Kinga o obrazovanju.....	44
Slika 8: Prikaz kraj govora „I Have A Dream“	45
Slika 9: „I Have A Dream“ – Martin Luther King, Jr.	47
Slika 10: „I Have A Dream“ – Martin Luther King, Jr.	47
Slika 11: Nadgrobni spomenik Martina Luthera Kinga, Jr.	48
Slika 12: Prikaz izjašnjenja na pitanje: Zašto mislite da je Adolf Hitler bio ili nije bio vrsni govornik i manipulator?	63
Slika 13: Prikaz izjašnjenja na pitanje: Zašto mislite da je Martin Luther King, Jr. bio ili nije bio vrsni govornik i manipulator?	66

Popis grafova

Graf 1. Prikaz spola ispitanika	53
Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika.....	54
Graf 3. Prikaz završenog obrazovanja ispitanika	54
Graf 4. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li manipulaciju: pozitivnom, negativnom, nemam mišljenje o tome	55
Graf 5. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje?	58
Graf 6. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li ikad pokušali nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje?.....	58
Graf 7. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da posjedujete moć manipuliranja?	59
Graf 8. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Koliko Vam je važno imati kontrolu nad komunikacijom kada komunicirate s drugim osobama?	60
Graf 9. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li ikad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko Vam se ona pružila?	60
Graf 10. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Jeste li Vi ikad bili žrtva manipulacije u komunikaciji?.....	61
Graf 11. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Je li u današnje vrijeme manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli?	61
Graf 12. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i javni govornik?.....	62
Graf 13. Prikaz izjašnjenja na pitanje: Smatrate li da je Martin Luther King, Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik?	65

13. ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Pred Vama je upitnik koji propituje **manipuliranju putem komuniciranja** među ljudima. Interesira nas tko, kada, kako i zašto u komunikaciji manipulira. Razlog prikupljanja podataka o komunikacijskom manipuliranju je izrada diplomskog rada za potrebe diplomskog studija Odnosi s javnostima. Upitnik je **anoniman**, a rezultati se neće koristiti u druge svrhe.

Unaprijed zahvaljujemo svima na sudjelovanju/suradnji!

Izradio: Ivan Srša, Sveučilište Sjever

1. Spol: ☐ M ☐ Ž

2. Koliko godina imate?

- a) 18 - 24
- b) 25 - 49
- c) 50 - 64
- d) 65 i više

3. Vaš završeni stupanj obrazovanja?

- a) Osnovna škola
- b) Srednja škola
- c) Preddiplomski studij
- d) Diplomski studij
- e) Postdiplomski studij

4.Smatrate li manipulaciju:

- a) Pozitivnom
- b) Negativnom
- c) Nemam mišljenje o tome

5. Označite u kojem stupnju se slažete sa svakom od dolje navedenih rečenica/tvrdnja.

1 = U potpunosti se ne slažem

2 = Uglavnom se ne slažem

3 = Niti se slažem, niti se ne slažem

4 = Uglavnom se slažem

5 = U potpunosti se slažem

TVRDNJE	U POTPUNOSTI SE NE SLAŽEM	UGLAVNOM SE NE SLAŽEM	NITI SE SLAŽEM, NITI SE NE SLAŽEM	UGLAVNOM SE SLAŽEM	U POTPUNOSTI SE SLAŽEM
Komunikacija je bitan faktor u međuljudskim odnosima.	1	2	3	4	5
Komunikacija licem u lice je bolja od komunikacije pomoću suvremene tehnologije (društvene mreže, forumi, video-chat, sms, e-mail).	1	2	3	4	5
Govor tijela bitan je u komunikaciji.	1	2	3	4	5
Komunikacija s bliskim osobama je najiskreniji oblik komunikacije.	1	2	3	4	5
Manipulacije u interpersonalnoj komunikaciji nisu svakodnevna pojava.	1	2	3	4	5
Ljudi vrlo rijetko					

manipuliraju svojim bližnjima.	1	2	3	4	5
Jednostavno je uočiti manipulaciju od strane bliske osobe.	1	2	3	4	5
Jednostavno je uočiti manipulaciju od strane nepoznate osobe.	1	2	3	4	5
Manipulacijom ponekad možemo pomoći drugoj osobi kako bi ju odgovorili od nekog čina koji šteti njoj ili okolini oko nje.	1	2	3	4	5
Manipulacija je urođena vještina.	1	2	3	4	5
Neke osobe instinktivno znaju kako manipuliranjem doći do svog cilja.	1	2	3	4	5
Manipulatori većinom nisu zlonamjerne osobe.	1	2	3	4	4
Današnji mediji manipuliraju svojom publikom.	1	2	3	4	5
Propaganda je i u današnje vrijeme sveprisutna u medijima.	1	2	3	4	5
Medijsku manipulaciju teže je uočiti od interpersonalne.	1	2	3	4	5
Mediji uspješno manipuliraju s publikom bez obzira na dob.	1	2	3	4	5

Televizija kao medij je sklon manipuliranju svoje publike.	1	2	3	4	5
Internet i društvene mreže pogodne su za medijsku manipulaciju.	1	2	3	4	5
Tiskani mediji su skloni manipuliranju svojih čitača.	1	2	3	4	5

6. Jeste li u svojem životu bili nagovoreni učiniti nešto protiv svoje volje?

1. *Nikad*
2. *Rijetko*
3. *Često*
4. *Ne sjećam se*

7. Jeste li ikad pokušali nagovoriti drugu osobu da učini nešto protiv svoje volje?

1. *Nikad*
2. *Ponekad*
3. *Kad mi se pruži prilika*
4. *Često*

8. Smatrate li da posjedujete moć manipuliranja?

1. *Da*
2. *Ne*
3. *Možda*
4. *Ne znam*

9. Koliko Vam je važno imati kontrolu nad komunikacijom kada komunicirate s drugim osobama?

1. *Volim imati kontrolu*
2. *Ovisi o cilju*
3. *Ovisi s kim razgovaram*
4. *Ne težim kontroli*
5. *Važne su mi činjenice i logika*

10. Jeste li ikad iskoristili tuđu dobrotu ukoliko Vam se ona pružila?

1. *Nikad*
2. *Ponekad*
3. *Često*
4. *Ne sjećam se*

11. Jeste li Vi ikad bili žrtva manipulacije u komunikaciji?

1. *Nikad*
2. *Ponekad mi se dogodi*
3. *Često*
4. *Ne sjećam se*

12. Je li u današnje vrijeme manipulacija nužna kako bi u životu uspjeli?

1. *Da*
2. *Ne*
3. *Nisam sigurna/an*

13. Smatrate li da je Adolf Hitler bio vrsni manipulator i govornik?

1. *Da*
2. *Ne*
3. *Nisam sigurna/an*

14. Obrazložite svoj odgovor zašto mislite da je on bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik.

a) bio je vrsni manipulator i javni govornik

b) nije bio vrsni manipulator i javni govornik

15. Smatrate li da je Martin Luther King Jr. bio vrsni manipulator i javni govornik?

1. *Da*

2. *Ne*

3. *Nisam sigurna/an*

16. Obrazložite svoj odgovor zašto mislite da je on bio ili nije bio vrsni manipulator i javni govornik.

a) bio je vrsni manipulator i javni govornik

b) nije bio vrsni manipulator i javni govornik

Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smije koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prizvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Lara Lisi (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Konceptualna manipulacija (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Lara Lisi
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice o sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Lara Lisi (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Konceptualna manipulacija (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Lara Lisi
(vlastoručni potpis)